



Biznis Vesti

MARIJA ĆALOVIĆ
INTERVJU

SOFIJA BAJIĆ
BIZNIS NA ŠTIKLAMA

**KAKVO JE VРЕME
У ВАШЕМ ПРЕДУЗЕЋУ?**

SRPSKI STARTAPI

OKRENUTI ЕВРОПСКОМ И
СЕВЕРНОАМЕРИЧКОМ ТРŽИŠTU

www.biznisvesti.rs



BEANZ
CAFÉ



FOR AN EVER CHANGING CHOICE OF DISTINCTIVE
COFFEES FROM LOCAL FARMS AROUND THE WORLD



**VISOKO KVALITETAN PROIZVOD OD
POLIPROPILENA ≥ 99,7% ZAŠTITE**

IMPRESUM

UVODNIK

IZDAVAČ:

ApaOne doo
Vojvode Putnika 3, 1/3
21000 Novi Sad
Email: redakcija@apaone.com
Web: www.biznisvesti.rs
Tel: +381 21 3001 483

GLAVNI I ODOGOVORNI UREDNIK:

Ilija Bursać
ilija@apaone.com

REDAKCIJA:

Ubava Priselac
redakcija@apaone.com
Tel: 062 249945

Milica Savić
Viola Nešković
Nemanja Jović
Borjana Jeftić
Anja Pejić

MARKETING:

Željka Todorov
marketing@apaone.com
Tel: 060 0249026

GRAFIČKO UREĐENJE

Marketing agencija ApaOne
www.apaone.com

ŠTAMPA:

Difol doo, Beograd
www.difol.net

TIRAŽ:

6.000 primeraka

DISCLAIMER

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

339.138+070.3

BIZNIS vesti / glavni urednik Ilija Bursać. -
2021, br. 1 (maj) - . - Novi Sad : ApaOne doo,
2021- . - 31 cm

Četiri puta godišnje

ISSN 2787-0529

COBISS.SR-ID 37350409

Poštovani čitaoci,
Nakon nekoliko godina druženja posredstvom platforme „Biznis vesti“ odlučili smo da svoj doprinos proširimo i na ljubitelje štampanog izdanja.

„Biznis magazin“ biće četiri puta godišnje na vašim adresama kako biste bili upućeni u sva aktuelna dešavanja iz oblasti poslovanja, marketinga i IT sektora. Cilj nam je da vam ponudimo dovoljno kvalitetnih, proverenih i korisnih informacija.

Naša početna ideja menjala se u skladu sa potrebama pojedinaca i društva, a na dobrobit svih nas. Neke od vas smo inspirisali, a drugima pomogli da ostvare bolje proizvodne i poslovne rezultate.

Nastavićemo da vas obaveštavamo o aktuelnim vestima iz biznisa, ekonomije, politike, marketinga, znanja, kao i tema koje se tiču stila života. Naš cilj su kvalitetne, korisne i proverene informacije. Razumemo važnost svoje uloge kao medija u društvu, te uvek postupamo odgovorno.

Uspešna dugogodišnja saradnja sa ustanovama, organizacijama, kompanijama, pojedincima i zajednička posvećenost našem portalu, daju nam vetar u leđa da nastavimo i permanentno unapređujemo svoje proizvode i usluge kako bi dostigli još bolje rezultate.

Naš tim čine specijalisti digitalne promocije, veb-projekti, dizajneri, novinari koji svakom klijentu i temi pristupaju sa punom posvećenošću.

U planu nam je da kreiramo i komunikacione i promotivne aktivnosti.

Kao i do sada, „Biznis vesti“ imate mogućnost da pratite i putem mobilne aplikacije koju možete preuzeti potpuno besplatno. Naša biznis platforma među svojim digitalnim kanalima osim portala „Biznis vesti“ ima Njuzleter (Newsletter), zvanične profile na društvenim mrežama Fejsbuk, Tวiter, Instagram, kao i na Jutjubu.

Putem još jedne naše platforme – „Infobiz“, imate uvid u najveću bazu kontakata malih i velikih firmi u Srbiji, kao i javnih nabavki i tendera.

Baza kontakata vam obezbeđuje brzo i lako pronađenje novih klijenata, saradnika, budućih kupaca ili dobavljača.

Zahvalni na dosadašnjem čitanju, nastojimo da trudom i vrednim radom sutra budemo bolji nego što smo danas.

Pa, da počnemo...

Ilija Bursać, glavni i odgovorni urednik



Biznis Vesti



www.biznisvesti.rs [biznis.vesti.rs](#) [@biznis_vesti](#) [VestiBiznis](#) [Biznis vesti](#)

SADRŽAJ

10

Aktuelnosti



18

*Srpski
startapi*



24

*Marija Ćalović
Intervju*



28

*Moja ideja -
moj biznis*

38

*Pokretanje startap
kompanije*

32

*Sofija Bajić
Intervju*

42

Tržište začina

34

*Najbolje
preduzetničke
ideje*

44

*Organska
proizvodnja*

36

Frilenseri

46

Biznis i knjige



PRILAGOĐEN VAŠIM POTREBAMA

Connect Software Solutions ujedinjuje sve poslovne procese u preduzeću

www.connectsoftware.rs

021 662 00 00

office@connectsoftware.rs

 ConnectSoftware

SADRŽAJ

48

Biznis istorija



50

*Kupovina
preko
inboksa ili
dm poruke*



52

Rad od kuće



54

Skajp i Zum

64

*Aplikacija za
glumce*



56

*Organizacijska
klima*

68

*Prednosti digitalnog
marketinga*

58

*Veštačka
inteligencija*

72

Održiva moda

60

*Sportska
aplikacija*

80

*Aplikacija
Infobiz*

ELECOM
SISTEM D.O.O.

NEKA BUDE
SVETLO UVÉK
I SVUDA

011 71 31 006

011 71 30 998

office@elecomsistem.com

www.elecomsistem.com

AKTUELNOSTI



Most na Tisi dobio upotrebnu dozvolu posle 15 godina



Pomoć od milion dolara za male biznise



Novi i moderni autobusi na ulicama Novog Sada



Otvorena petlja Batajnica – manje gužvi, novi investitori

Predsednik Pokrajinske vlade Igor Mirović obišao je u Adi novoizgrađene pristupne saobraćajnice i rekonstruisani most na Tisi, koji predstavlja najkraću vezu između Ade i Kikinde, a koji je nakon više od decenije čekanja dobio upotrebnu dozvolu.

- Ada ima čime da se ponosi. Za samo nekoliko meseci izgradili smo pristupne saobraćajnice, za šta je Pokrajinska vlada izdvojila 140 miliona dinara, da rekonstruišemo određene elemente mostovske konstrukcije, obezbedimo upotrebnе dozvole i stavimo ga u punu funkciju - izjavio je Mirović.

NALED je u saradnji sa Vladom Srbije i uz podršku kompanije *Filip Morris*, objavio javni poziv za dodelu prvih milion dolara bespovratne pomoći malim biznisima i svima koji žele da svoje poslovanje digitalizuju i ulažu u razvoj inovativnih proizvoda i usluga. Rok za prijave je 4. jun.

Program grantova koje sprovodi NALED namenjen je za startap timove, preduzetnike, mikro, mala i srednja preduzeća i za sve koji žele da digitalizuju svoje poslovanje i ulažu u razvoj inovativnih proizvoda i usluga kako bi otvorili nova radna mesta i osvojili nova tržišta.

Vozni park JGSP Novi Sad bogatiji je za 29 novih autobusa, koji su stigli u garažu gradskog prevoznika. To su vozila na gas turskog proizvođača BMC, 24 solo autobusa i pet zglobnih autobusa koji su kupljeni kreditom Evropske banke za rekonstrukciju i razvoj.

Novi Sad kontinuirano unapređuje svoj javni prevoz po najvišim eko-standardima. Na ulicama grada ima 29 novih autobusa, što sa prethodno kupljenih 71, to čini stotinu novih autobusa, u šta je ukupno uloženo tri milijarde dinara za poslednje dve godine.

Predsednik Srbije Aleksandar Vučić otvorio je petlu Batajnica, kojom stanovnici tog naselja dobijaju direktni izlaz na auto-put E-75 i vezu sa starim novosadskim putem. Ovaj projekat je, prema rečima Vučića, koštao 8,8 miliona evra, iako je bio ugovoren za 9,6 miliona evra.

U okviru projekta, Batajnički bulevar ide do raskrsnice sa ulicom Kralja Mihaila Zetskog. Most u dužini od 222 metra ide preko pruge i nove saobraćajne veze ka intermodalnom terminalu. Batajnički bulevar ima i jedan vezni krak, koji ga povezuje sa ulicom Kralja Mihaila Zetskog i lokalnim putem broj 3.

Vlada Republike Srbije usvojila je dve uredbe, koje će biti objavljene u *Službenom glasniku*: Uredbu o određivanju delatnosti kod čijeg obavljanja ne postoji obaveza evidentiranja prometa na malo preko elektronskog fiskalnog uređaja, koja će da se primenjuje od 1. januara 2022. godine i Uredbu o obliku i sadržini registra elemenata elektronskih fiskalnih uređaja, vrstama elektronskih fiskalnih uređaja, načinu njihovog korišćenja i odobravanja, automatskoj obustavi rada elektronskog fiskalnog uređaja, pojedinostima alternativnog pristupa stalnoj internet vezi i načinu uvida u podatke dostavljene Poreskoj upravi, koja će da se primenjuje od 1. jula ove godine.



Novi propisi iz oblasti fiskalizacije

Gradonačelnik Novog Sada Miloš Vučević je sa predstavnicima kompanije *Beri Kalebo* i Tehnološkog fakulteta razgovarao o zajedničkim razvojnim projektima i budućoj saradnji.

- *Uskoro počinje proizvodnja u ovoj fabriči čokolade, u kojoj će biti zapošljeno više od 100 radnika. U našu državu je stigla najsvremenija tehnologija. Nakon početka rada fabrike, uslediće i snabdevanje domaćih konditorskih proizvođača, kao i onih širom jugoistočne Evrope – rekao je Vučević.*



Uskoro počinje proizvodnja u fabriči Beri Kalebo u Novom Sadu

Kompanija *Delta Holding* otvorila je prijave za program za podršku razvoju startap ideja. Četvrti po redu onlajn konkurs za *Delta biznis inkubator* biće otvoren do 31. maja, a namenjen je svim timovima koji smatraju da imaju inovativne biznis ideje vredne investicije.

Delta biznis inkubator je tromesečni program koji pomaže startapima da razviju i unaprede svoj proizvod ili uslugu, pripreme ga za tržište i predstavljanje investitorima. Odabrani timovi će tokom trajanja perioda inkubacije imati organizovana zajednička predavanja i radionice, a na raspolaganju će im biti *Deltini* resursi, mentorska podrška i poslovni kontakti.



Otvorene prijave za Delta biznis inkubator 2021

Počasni Konzulat Austrije otvoren je u Novom Sadu. Od jeseni 2019. godine odlično funkcioniše Udruženje Srba u Austriji i taj vid povezivanja mnogo znači za srpsku zajednicu koja broji više od 120 hiljada ljudi. Oni su naglasili da je podjednako važno da se otvaraju predstavništva Austrije i u Srbiji, radi bolje povezanosti i komunikacije stanovništva i privrede dve zemlje. Osim pomoći žiteljima Austrije koji su na radu ili proputovanju u severnom delu Srbije, uloga konzulata biće i oživljavanje ekonomskih, kulturnih i drugih veza između Vojvodine i Austrije.



Otvoren počasni konzulat Austrije u Novom Sadu



PIN SOFT SERVIS

SVET DIGITALNIH UREĐAJA BEZ GREŠKE!

011 309 31 11

021 489 15 33

WWW.PINSERVIS.COM

UGRINOVACKI PUT 45,
ALTINA, BEOGRAD

ZRENJANINSKI PUT 8, NOVI SAD

AKTUELNOSTI

Predsednik Srbije Aleksandar Vučić najavio je da će sledeće godine početi gradnja auto-puta od Beograda do Zrenjanina, koji će raditi Kinezi.

Vučić je podsetio da je planirano da se osim auto-puta od Beogada do Zrenjanina izgradi i Fruškogorski koridor od Rume do Novog Sada, kao i deonica od Novog Sada do Zrenjanina. Vučić je naveo i da uskoro kreću radovi na Fruškogorskem koridoru Novi Sad-Ruma, sa veličanstvenim mostom kod Kovilja i tunelom koji će otvoriti Srem i Bačku jedno prema drugom.



Vučić: Gradnja auto-puta Beograd-Zrenjanin počinje sledeće godine

Ministar građevinarstva, saobraćaja i infrastrukture Tomislav Momirović ocenio je da je prethodna godina bila najgora za vazdušni saobraćaj u istoriji avio-transporta i napomeno da je *Er Srbija* preživela, te da postaje regionalna avio-kompanija.

- *Polako podizemo vazdušni saobraćaj. Mi 21. maja krećemo sa redovnim letovima ka Solunu, sada imate redovne letove ka Atini, a 10. maja kreće i Prag, Bukurešt, Sofija. Za početak će biti tri leta nedeljno za Solun, ali kako ulazimo u leto povećavaće se broj letova. Uveren sam i da neće biti povećanja cena – rekao je Momirović.*



Redovni letovi ka Solunu kreću 21. maja

U okviru planova unapređenja energetske efikasnosti, pored zamene stolarije u domaćinstvima, koju će država i lokalne samouprave sufinsanirati polovinom sredstava, biće subvencionisana zamena individualnih ložišta u domaćinstvima, odnosno zamena peći.

Očekuje se da bi kroz ovaj program moglo da bude zamenjeno čak 1,2 miliona individualnih ložišta koja trenutno ne ispunjavaju ekološke standarde. Kako su objasnili u Ministarstvu rудarstva i energetike, detalji poput ukupnog iznosa subvencija, kriterijuma za prijavu ili vrste peći koju će građani moći da nabave, biće precizirani javnim pozivima koji će uskoro biti raspisani.



Očekuju se pozivi za subvencionisanje zamene individualnih ložišta

Izveštaji kompanije ukazuju na to da LG gasi svoju mobilnu diviziju. Iako je LG pokušao da posustalo poslovanje proda drugim kompanijama, ti planovi su propali i Koreja tajms sada izveštava da LG u potpunosti gasi poslovanje sa telefonima.

Prema izveštaju LG je pregovarao o potencijalnoj prodaji sa nekoliko kompanija, ali nije uspeo da dođe do dogovora. Kompanija je pokušala i sa prodajom samo nekih delova svog poslovanja, ali ništa od toga nije sprovedeno u delo. Krajnje rešenje je bilo da se poslovanje u potpunosti ugasi.



LG gasi poslovanje sa telefonima

AKTUELNOSTI



Najavljenе investicije u Priboru, proizvodnja displeja za Mercedes



Bezos je proglašen za najbogatijeg čoveka na svetu



Četvrtina potrošača u Srbiji plaća pametnim telefonom



Pojednostavljena procedura za refinansiranje kredita od 1. jula

Uskoro će biti otvorene nove fabrike u više gradova u Srbiji, najavio je predsednik Srbije Aleksandar Vučić, kao što je *Kingšin holding* u Smederevskoj Palanci. Radiće 700 ljudi, već je zaposleno 204, a reč je o korejskoj kompaniji. On je dodao da uskoro u Valjevo stiže *Vicerbo*.

- Tu je i *Beri Kalebo* u Novom Sadu, fabrika najvećeg proizvođača čokolade na svetu. U Priboju ćemo imati otvaranje fabrika, u Staroj Pazovi - MTU, fantastična investicija, da mi u Srbiji gradimo najvažnije delove za avione. Pravićemo i displeje za *Mercedes* - rekao je Vučić.

Na godišnjoj Forbsovoj listi milijardera nalazi se rekordnih 2.755 ljudi, a na čelu je osnivač sajta *Amazon* Džef Bezos, koji je već četvrtu godinu zvanično najbogatiji čovek sveta. Bezosovo bogatstvo se procenjuje na 177 milijardi dolara, čime je daleko ispred konkurenциje.

Osobe koje imaju više od milijardu dolara u zbiru imaju 13,1 bilion dolara, što znači da su za vreme pandemije koronavirusa zaradili pet milijardi, jer na prošlogodišnjoj listi njihovo bogatstvo je vredelo osam biliona dolara.

Prema istraživanjima, skoro četvrtina potrošača u Srbiji svakodnevno koristi pametni telefon za plaćanje i obavljanje transakcija, dok 41 odsto svih ispitanika planira da koristi takvu opciju u budućnosti. Više od 30 odsto ispitanika počelo je da koristi mobilne telefone za plaćanje tokom pandemije.

Za većinu učesnika u istraživanju, ključne prednosti plaćanja pametnim telefonom su praktičnost (65 odsto), jednostavnost (44 odsto) i brzina (37 odsto), odnosno mogućnost da novčanik ostave kod kuće.

Narodna banka Srbije donela je instrukciju o refinansiranju kredita kod drugih banaka i time znatno pojednostavila komplikovanu proceduru. Instrukcija Narodne banke Srbije, koju su poslovne banke dužne da primenjuju od 1. jula, podrazumeva da klijent treba samo da podnese zahtev, a da se ceo posao završava između nove banke od koje se traži refinansiranje i prethodne banke u kojoj je uzet kredit.

U organizaciji potrošača *Efektiva* ocenuju da instrukcija Narodne banke predstavlja veliku olakšicu za potrošače, koja će spričiti brojne probleme koji su se ranije pojavljivali prilikom refinansiranja kredita.



**OSEĆAJTE SE
BEZBEDNO UZ
STEEL SECURITY DN021**

063 101 06 09

office@steelsecurity.rs

www.steelsecurity.rs



steelsecurity.dn021



obezbedjenedn021

AKTUELNOSTI



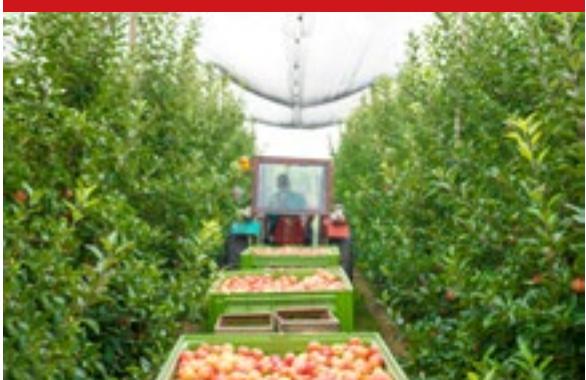
Smanjenje cene PCR testa podsticaj domaćem turizmu



Turska zabranjuje korišćenje kriptovaluta od 30. aprila



Porez i naknade se plaćaju i za period kada pogoni zbog korone nisu radili



Srpske kompanije u Rusiji dogovorile izvoz vredan osam miliona evra

Usvojena je inicijativa Udruženja za turizam Privredne komore Srbije da se smanji visina naknade za PCR testiranje stranih turista, što će doprineti povećanju broja dolazaka stranih turista za vreme uskrsnjih praznika i najavljenih grupa gostiju iz arapskih zemalja tokom proleća.

Predstavnici *Grupacije turističkih agencija* i *Grupacije hotela Srbije* ukazali su na veliko interesovanje turista za dolazak u Republiku Srbiju iz Bahreina, nakon posete njihove delegacije našoj zemlji, kao i ostalih arapskih zemalja, posebno po završetku ramazanskog posta polovinom maja.

Turska centralna banka je donela odluku o zabrani upotrebe digitalne imovine za kupovinu robe i usluga, navodeći kao razlog potencijalno „nepopravljivu“ štetu i značajne rizike od takvih transakcija.

U objavljenoj uredbi, Centralna banka je navela da kriptovalute i druga digitalna sredstva ne mogu da se koriste direktno ili indirektno kao instrumenti plaćanja, a odluka stupa na snagu 30. aprila. Nakon ove objave bitkoin je oslabio sa rekordnih 63.699,4 dolara na 60.298,3 dolara za samo pola dana.

Kako je usled vanrednog stanja u jednom delu godine bilo nemoguće organizovati rad firmi u Srbiji, preduzetnici su očekivali da bi po tom osnovu možda mogli ostvariti olakšice ili da im čak može biti otpisana obaveza plaćanja poreza na imovinu za prošlu godinu, kao i naknada za korišćenje javnog dobra.

Zakon o porezu na imovinu, kao ni Zakon o naknadama za korišćenje javnih dobara ne sadrži osnov za umanjivanje ili otpisivanje duga za porez na imovinu, niti za oslobođanje od plaćanja naknada usled situacije izazvane zaraznom bolesti kovid 19, ističu u Ministarstvu finansija.

Tokom sajma prehrambene industrije i poljoprivrednih proizvoda *Prodekspo* u Moskvi, 11 srpskih kompanija iz prehrambenog i sektora prerade hrane sklopile su nove poslove u vrednosti od čak osam miliona evra. Reč je uglavnom o smrznutom voću i povrću, kao i o mlečnim proizvodima i mesnim prerađevinama.

Na ovogodišnjem sajmu izlagale su srpske kompanije *Mlekara Ub*, *Padinska skela*, *Karneks Vrbas*, *Industrija mesa Topola - Bačka Topola*, *Masli - Leskovac*, *Zlatiborac - Beograd*, *Master fruts - Beograd*, *Mambicom agrar - Beograd* i *Miraks agrar - Beograd*.

Predstavnici Poreske uprave, Ministarstva finansija i Udruženja frilensera i preduzetnika Srbije, analizirali su kako će se test samostalnosti primenjivati na frilensere koji žele da postanu preduzetnici i zaključili da za većinu frilensera to neće predstavljati problem. Međutim, Udruženje radnika na internetu nije prihvatio predloge Vlade Srbije o opozivu frilensera, te je saopštilo da je uputilo poziv na pregovore predsednici Vlade.

Oni očekuju da Vlada Srbije prihvati njihov predlog da sporni zakon povuče iz Skupštine i zajedno sa njima razmotri novi predlog.



Test samostalnosti prihvatljiv većini frilensera

Najskuplji stan u novogradnji prodat u prvom kvartalu godine koštao je 1,47 miliona evra i nalazi se u Beogradu na vodi, dok je za najskuplju „starogradnju“ plaćeno 600.000 evra na Novom Beogradu, navodi se u autorativnom izveštaju za tržište nepokretnosti, koji je objavio Republički geodetski zavod (RGZ).



Beograd na vodi rekorder po visini cene kvadrata u novogradnji

Prvih devet najskupljih stanova u Srbiji bilo je u Beogradu na vodi, gde je bio i najskuplji kvadratni metar od 9.677 evra, dok je najskuplji „kvadrat starogradnje“ od 4.500 evra prodat na teritoriji beogradskog Starog grada.



Mobilni internet u Srbiji i dalje ima tendenciju snižavanja cene

Prosečna cena jednog gigabajta iskorišćenog preko mobilnih mreža u Srbiji iznosi 128 dinara (1,3 dolara), što je za 30 dinara manje nego u prethodnoj godini.

U regionu je jedino u Severnoj Makedoniji mobilni internet jeftiniji (0,96 dolara), a od nas su skuplji Crna Gora, Bosna i Hercegovina, Hrvatska i Albanija, u kojoj jedan gigabajt u proseku košta 2,80 dolara. Najjeftiniji mobilni internet na svetu ima Izrael, od svega 0,05 dolara. Italija je najjeftinija od evropskih zemalja sa 0,27 dolara po gigabajtu.



Najniža advokatska tarifa u parničnom postupku skočila sa šest na devet hiljada dinara

Upravni odbor Advokatske komore Srbije doneo je odluku o poskupljenju advokatskih usluga, prema kojoj je najniža cena za parnične postupke porasla sa 6.000 na 9.000 dinara.

Tarife su izražene u poenima, čija je jedinična vrednost 30 dinara. Umesto dosadašnjih 200 bodova, za sporove male vrednosti tarifa je porasla za 50 odsto i iznosi 9.000 dinara. Osim najnižih parničnih postupaka, druge tarife su ostale iste.

Srpski startapi okrenuti evropskom i severnoameričkom tržištu

Srpska IT industrija, čiji najznačajni deo čine tehnološka startap preduzeća, poslednjih godina ojačala je svoju poziciju na domaćem i međunarodnom tržištu. Postala je jedan od glavnih stubova domaće ekonomije, ali i vidljiva na svetskoj startap mapi.

Početkom 2020. Srbija je zahvaljujući inicijativi „Digitalna Srbija“ dobila startap skener, koji je prvi sveobuhvatni izveštaj o stanju domaćeg startap eko-sistema. Ova inicijativa je pre tri godine otpočela saradnju sa organizacijom „Startup Džinom“ (Startup Genome) iz San Franciska. Najveći rezultat te saradnje je činjenica da se Srbija nalazi na najvažnijoj svetskoj startap mapi i da investitori, kada pogledaju u naš deo sveta vide Beograd i Novi Sad.

Donedavno je bio nepoznat podatak koliko ima tačno startapa u Srbiji, čime se bave, kako se finansiraju, kao i kakav je profil njihovih osnivača, te su to razlozi zbog kojih je inicijativa „Digitalna Srbija“ i otpočela ovu saradnju.

Glavna prednost našeg startap eko-sistema je globalna povezanost i to je ono u čemu smo jači od svetskog proseka. Međutim, nedovoljna razmena znanja i iskustava unutar eko-sistema, kao i izuzetno niski nivoi investicija, izdvajaju se kao glavni neodostaci.

Srbija i region

Prema istraživanjima u Beogradu i Novom Sadu ima između 200 i 400 startapa, što je u skladu sa prosekom za početnu fazu razvoja. Kad pogledamo region, taj broj je sličan broju startapa u Bukureštu ili Varšavi, ali je i duplo veći od broja startapa u Budimpešti.

Eko-sistem Beograd i Novi Sad ima značajno niži BDP i mnogo manji broj IT stručnjaka na 1. 000 stanovnika, ali ipak drži korak kad je u pitanju iznos investicija i broj startapa.

Domaći startapi okrenuti Evropi i Americi

Osnivači startapa u Srbiji bolje su povezani sa svetskim tržišta od preduzetnika u drugim zemljama. Prema istraživanjima 78 % domaćih startapa kreira proizvode za globalno tržište i u poslednjih deset godina prikupili su više od 143 miliona evra investicija. Više od 50 % domaćih startapa se u potpunosti finansira iz sopstvenih sredstava. Primarni klijenti srpskih startapa su najčešće preduzeća (57 %), dok 41 % njih prodaje direktno potrošačima. Više domaćih startapa je okrenuto inostranim tržištima, 75 % gađa tržišta Evrope i Severne Amerike, a samo 22 % je okrenuto domaćem i tržištu bivših jugoslovenskih zemalja.

Osnivači startapa u Srbiji u proseku imaju oko 33 godine, a većina ima više od trideset godina. Samo 12 % osnivača startapa u Beogradu i Novom Sadu su žene i po tome smo slični globalnom proseku. Većina domaćih startapa u osnivačkom timu ima dva ili tri pojedinca i oni su uglavnom po prvi put preduzetnici.

Kako se finansiraju startapi?

Kada je reč o eksternoj finansijskoj podršci, postoji nekoliko načina na koje je moguće dobiti investiciju za startap u Srbiji – anđeli investitori, seed fondovi i akceleratori, inkubatori i venture capital fondovi.

Anđeli investitori

Reč je o uspešnim ljudima sa željom da investiraju u perspektivne projekte u zamenu za udio u vlasništvu kompanije. Ukoliko uspete da nađete investitora koji je spreman da uloži novac za vašu ideju i nalazite se u srednjoj fazi rasta, pripremite se na to da će investitor postati suvlasnik vaše firme. Dakle, koliko procentualno novca daje, toliko će udela dobiti. Vi snosite manji rizik, ne morate više razmišljati kako ćete pribaviti novac, ali morate opravdati svaki dinar dobijen od investitora.

Seed fondovi i akceleratori

Seed akceleratori su vrsta poslovnih inkubatora. Program nekog seed akceleratora obično traje tri meseca, a podrazumeva investiciju dovoljnu za pokretanje biznisa, kao i dan sa investitorima gde se startapi proveravaju da li su spremni za sledeći korak i ozbiljnije investicije. Tokom trajanja programa startapi su najčešće smešteni u kancelarijama inkubatora.

Inkubatori, osim početne investicije, nude i znanje i povezivanje sa ljudima iz industrije, te ujedno predstavljaju najbolji način da naučite kako se stvara i vodi startap. Za uzvrat startapi daju inkubatorima ideo od najčešće šest do 12 procenata.



VC (venture capital) fondovi

Ovo su fondovi rizičnog kapitala i ima ih oko 1.600 u Evropskoj uniji. Rizični kapital je novac za nova ili mala preduzeća i startape koji obično imaju nedovoljan pristup tržištima kapitala. On je veoma bitan oblik ulaganja jer podstiče preduzetništvo, posebno u visokotehnološkoj i drugim inovativnim industrijama. Venture capital fondovi obično ulažu više novca od startap akceleratora i anđela investitora te zauzvrat traže veći procenat vlasništva u odnosu na anđele investitore i startap inkubatore, pa imaju i veći stepen kontrole nad poslovanjem.

Sve u svemu, ono u čemu se stručnjaci iz ove oblasti slazu jeste da je potrebno dodatno menjati zakone da bi se ubrzao razvoj ovog sektora i oslobođio sav potencijal koji u sebi nosi. Potrebno je obezbediti lakši pristup novcu i više ulagati u obrazovanje IT stručnjaka. Najveći izazov za državu je, kažu, obezbediti dodatne podsticaje i zadržati IT stručnjake u zemlji.

Ubava Priselac



IVARAZVOJ

JEDNOSTAVNO I BRZO

IVA RAZVOJ

011 715 48 01

info@ivarazvoj.com

www.ivarazvoj.com

POSLOVANJE UZ **REŠENJA**



Razvoj softverskih i mobilnih aplikacija
uz pomoć kojih ćete lakše
optimizovati poslovanje vaše firme.



Iva razvoj



ivarazvoj



Bitkoin

DIGITALNA VALUTA KOJU POMNO PRATI CEO SVET!

Krajem prošle godine zabeležen je nagli rast bitkoina. U jednom momentu je pad bio evidentan, ali bez obzira na procene, ova digitalna valuta je zadržala svoj status u čijem pravcu su usmerene oči svih ekonomskih i tržišnih stručnjaka, medija, digitalaca, vlasnika različitih biznisa i investitora. Na koji način se percipira bitkoin i kakve su procene za ovu i narednu godinu, pročitajte dalje u tekstu.

Šta je bitkoin i zbog čega je važan?

Bilo je krajnje vreme da pričamo o modernizaciji valute, ali na jedan potpuno drugačiji način – digitalni i bezbedniji. U ovakav valutni pristup pojedinci, grupe i sistemi polažu nadu kada su biznis i tržište u pitanju. Sve to naziva se jednostavno – bitkoin.

Bitkoin je digitalna valuta koja se distribuira elektronski, ograničenog je broja (može se stvoriti samo 21 milion)

i ne podleže kontroli pojedinca i institucije; izuzetno je transparentan, jer se svaka transakcija čuva u posebnom masovnom distribuiranom javnom registru koji se zove blokčein. Priča se da ga je otkrio anonimni programer pod pseudonimom Satoši Nakamoto 2009. godine.

Veoma je tražen zbog različitih mogućnosti ulaganja, a u kriznim vremenima posmatra se kao alternativna zaštita od turbulencije na berzi – što je jasno, jer je istorija pokazala koliko stanje na berzi, u odnosu na tržišni momenat i trenutni kontekst, može da bude nepredvidivo.

Zašto vrednost bitkoina raste?

Od početka septembra 2020. godine, cena bitkoina je porasla za više od 53 %, dok je samo u oktobru bitkoin dobio oko 30 % vrednosti.

Strani mediji komentarišu moguće razloge za trenutno stanje stvari. Jedno od njih odnosi se na kupce, koji prilikom kupovine na bitkoin gledaju najčešće dugoročno, odnosno nisu spremni da ga prodaju ni za najmanji pad cene.

Kako je potražnja za bitkoinom od strane institucionalnih investitora sve veća, upravo zbog zaštite od monetarne inflacije veoma je teško brojčano stanje ograničiti na 21 milion mogućih kriptovaluta. Čak nije ni važno što je teško, jer iako potražnja raste, ponuda će ostati fiksna, a dnevno izdavanje će se vremenom smanjivati.

Treći razlog je sve veće poverenje u bitkoin.

Kako se koristi?

Ova valuta nije zamišljena tačka koja „lebdi između neba i zemlje“. Može da se nabavi kupovinom, putem različitih razmena, a mogu se kupiti i direktno na tržištu od drugih ljudi. Iako izgleda da je bitkoin novac za „ne znam где se troši“, to je samo privid. Recimo, možete platiti let u avio-kompanijama kao što su „Er Baltik“ (Air Baltic) i „Er Litvanija“ (Air Lithuania), a moguće je i plaćanje hotela, kupovina imovine i drugo.

Međutim, da, ovaj način plaćanja je još relativno nov i složeniji proces, što se pojednostavljuje iz dana u dan.

Pored plaćanja, pozitivne strane bitkoina su nemogućnost kontrolisanja izvan potrebe pojedinca koji poseduje valutu, lako korišćenje, mogućnost biranja visine naknade transakcije, nekad neplaćanje provizije, sigurnost, kontrola i drugo. Neke od manih tiču se variranja sa pravne tačke gledišta i priznavanje, koje zavisi od zemlje do zemlje, zatim nestalnost, opasnost od gubljenja šifre i slično.

Budućnost bitkoina u ovoj i narednoj godini

Znate li da od letos postoji fond za bitkoin i da je Pay Pal dao veliku podršku bitkoinu u smislu da su ovakvi i slični giganti prihvatali digitalne valute kao sredstvo plaćanja?

U prilog tome da ova priča nije samo prazno slovo na papiru, podsećamo da je krajem septembra 2020. godine Evropska komisija predložila zajednička, jedinstvena pravila koja bi mogla da stupe na snagu krajem 2022. i time stvore sigurnost za investitore.

Kako i ne bi kada je od marta prošle godine (kada je cena bitkoina bila najniža), cena do danas porasla za enormnih 460 %, a procene su da će maloprodajni investitori znati kako da iskoriste „bitkoin revoluciju“, koja se najavljuje za ovu godinu.



Marija Ćalović

Sinergizam svih aspekata biznis modela daje najbolje rezultate

Farmacija, farmacija kao biznis i etika unutar nje, neke su od najčešćih tema u poslednjih godinu dana, a uvek u krizna vremena. Iako smo zahvalni naučnicima, tehnologiji i medicini, iako se radujemo kada za bilo koju vrstu fizičke boli, bolesti i upala postoji lek, neke stvari po automatizmu izazovu javnost na reagovanje.

Nekada davno Hipokrat je govorio da je nauka majka znanja, ali da mišljenja rađaju neznanje. Isto tako je govorio da ne učiniti ništa može nekada biti dobar lek.

O prostoru između ove dve jako važne misli, stavljene u kontekst današnjeg vremena, problema koji nas muče, nerešenih pitanja o kojima medicina i farmacija tragaju, razgovarali smo sa **Marijom Ćalović**, magistrom farmacije, koja se vrlo uspešno bavi digitalnim marketingom, a sigurno je znate kao mamu i suprugu iz priče „Tatin dnevnik“.

O nekim stvarima ćete razmišljati nakon intervjuja.

Za početak, promislite o podelama mišljenja vezanih za teme oko kojih ne bi trebalo da smo podeljeni, o tome da li je farmacija biznis i kakav, a obavezno razmislite o sa dejstvu i težnji za popravljanjem i sticanjem blaženstva koje garantuje sinergija.

Ona je preporuka ove priče.

Tehnologija i farmacija privlače najveću pažnju od početka pandemije. Jedni farmaciju posmatraju, malo je reći, zahvalno, blagonaklono i kao spasioca života, dok su drugi izrazito skeptični. Da li je potrebno zauzimati stranu i zašto je to tako?

- Ja iz profesionalnog ugla, ali iz ugla realne osobe koja živi u 21. veku, stojim iza toga da je potrebno zauzimati stranu, jer je potpuni nonsens da se u današnje vreme sumnja u neke odavno postavljene postulate medicine i farmacije. Zato ne bih ni da širim odgovor, jer iako po prirodi nisam isključiva,

smatram da ovde nema mesta ubedivanju u suprotno.

Da li je u redu da se na farmaciju gleda kao na „najisplativiji posao“? Na koji način ste o tome razmišljali kada ste pristupili farmaceutskom obrazovanju?

- Pre svega, smatram da farmacija nije najisplativiji posao, pogotovo sada u digitalnoj eri u kojoj živimo. Iako ova industrija tradicionalno važi za veoma profitabilnu, to se ipak odnosi na neki nivo koji mi kao pojedinci u njoj nismo imali prilike ni da sagledamo, tako da to svakako nije nešto što me je opredelilo za ovu struku.

Svrha postojanja farmacije je da omogući bezbedno i efikasno korišćenje lekovitih sredstava. Ova rečenica se posmatra i komentariše sa najvećom pažnjom, možda najvećom još od pojave AIDS-a. Mislite li da je „naučno-fantastično“ posmatrati farmaciju kao sredstvo kontrole stanovništva lekovima i bolestima?

- Da! Dobro ste rekli, to je iz mog ugla prava naučna fantastika. Pozvaću se i na svoj odgovor iz prvog pitanja. Međutim, daću i prost primer: kada farmacija nije bila dovoljno razvijena, neke bolesti koje su danas skoro potpuno iskorenjene bile su nadomak toga da unište civilizaciju. Dakle, bolesti su postojale, leka nije bilo.

Danas kada postoje lekovi, civilizacija prkosí mnogim iskušenjima poput virusa, bakterija, malignih ćelija, tako da smatram da je uzročno - posledična veza jasna: farmacija se razvijala da bi pronašla rešenja za probleme koji su već bili tu, a ne obrnuto.

Ljudi su skloni da traže opravdanje za velike tragedije, pa tako i sada za pandemiju kojoj svedočimo, te im teorije zavere na lak način pružaju objašnjenje za istine koje je teško prihvatiti.



Na koji način percipirate farmaceutski konsalting i biznis koučing?

- Danas se toliko sve razvilo, da je nekako potpuno logično i prirođan sled događaja da se i farmacija razvije u širinu. Smatram da je dodatno znanje uvek dobrodošlo, tako da ceo proces vidim kao krajnje pozitivan i za samu industriju, ali i za krajnje korisnike. Uvek je dobro da svako radi ono što najbolje ume, da se specijalistima iz određenih oblasti prepusti da rade svoj posao i da sinergizam svih aspekata jednog biznis modela zapravo daje najbolje rezultate.

Beleži se veliki porast kupovine suplemenata u poslednjih godinu dana. Kako objašnjavate sumnju u, recimo i sada aktuelno - vakcine, a veru u industrijske vitamine?

- Mislim da je za tu činjenicu odgovorno nedovoljno znanje, da ne kažem neznanje i nepoznavanje tematike. Vitamini su ipak većini pristupačni, znaju čemu služe i kako se ostvaruje njihov efekat, a neželjeni efekti su veoma retki i o njima niko ne priča. Dok se oko vakcina stvara i medijska pompa, sama vakcina i njen mehanizam delovanja nije jednostavan za razumevanje širokom auditorijumu, a strah od nepoznatog je jedan od osnovnih ljudskih strahova. Još kad se sve to udruži sa nepoverenjem kojem smo skloni, rezultati su zabrinjavajući.

Milica Savić



REGIONALNA
RAZVOJNA
AGENCIJA BAČKA



**ZAJEDNO ZA JOŠ BOLJU I
PROSPERITETNIJU BAČKU!**

021 557 781

Bulevar Mihajla Pupina 20/II, Novi Sad

office@rda-backa.rs

www.rda-backa.rs



ГРАДСКО
ЗЕЛЕНИЛО

Јавно комунално предузеће - Нови Сад



**ZA LEPŠI
I ZELENIJI
NOVI SAD**



marketing@zelenilo.com 

021 21 00 266 

gradskozelenilonovisad 

gradskozelenilons 

www.zelenilo.com

Moja ideja - moj biznis

Kako doneti pravu odluku u pravo vreme?

Kada bi svaka realizovana biznis ideja umela da progovori, sigurno bi vam rekla koliko je odricanja, učenja, sreće i strpljenja bilo potrebno da ona postoji i danas. Naravno i novca, ali ovde morate da upamtite jednu stvar: veliki broj biznisa posluje i sada dok ovo čitate, a za njihov početak bila je potrebna zane-marljiva suma novca.

Ako novac nije veća kočnica, šta je onda?

Sezame, otvori se!

Ne mogu a da ne primetim da se inicijalna kapisla biznisa "greje" u glavi velikog broja ljudi kao, navodno, najzahvalnija opcija za egzistencijalni momenat jedne porodice ili individue. Razlozi mogu biti različiti, a tiču se svih onih pravila koje rad za drugoga predstavlja, ali i momenat u kome tržište sa sigurnošću potražuje ono šta vi posedujete i znate.

Elem, šta je to biznis i da li je reč kovanica novije istorije?

Kako bih plastično objasnila frekventnost i kontekst upotrebe reči „biznis“, pao mi je na pamet primer iz jednog mog starijeg teksta: Reč „starleta“ – značenje, današnja upotreba i kontekst u kome se reč nalazi.

Reč starleta potiče iz italijanskog jezika (starletta), znači zvezdica, a definiše se kao pozorišna ili filmska glumica koja igra sporedne uloge. Uglavnom je to mlada i perspektivna glumica, zvezda u usponu. Danas se ovoj reči gubi izvorno značenje i poprimila je negativnu konotaciju. Biznis je, takoreći, moderna reč koja se vrlo često upotrebljava i ima svoje sinonime, a tradicionalno označava razmenu ili trgovinu stvarima koje su ljudima bile potrebne ili koje su želeli. Najčešće upotrebljene sinonimne reči za biznis su marketing, privatni biznis, porodični biznis i startap, a najveća negativna konotacija koju je narod prihvatio je u sledećem primeru:



„Odakle mu novac?“

„Ma, mani ga. On je biznismen!“

Ah, usput, biznismen je poslovan čovek i trgovac.

Strpljenje je moć. S vremenom i strpljenjem i dudov list postaje svila. (kineska poslovica)

Do toga da „biznismen“ ima negativnu konotaciju bilo je potrebno upravo to strpljenje pretvoreno u vekove, kroz koje su se menjali načini poslovanja, pružale nove prilike i modernizovale metode kojima se stiže do poslovnog cilja.

U istoriji je to krenulo od Indije, kada su u 8. veku pre nove ere nastale prve firme (shreni) u oblicima koje prepoznajemo danas (poseduju imovinu, sklapaju ugovore, mogu da terete i da ih neko tereti).

Industrijska revolucija je kasnije pokazala šta znače masovna proizvodnja i potražnja, gde su kompanije u tom procesu rukovodile zanatljima, s tim što tada postaje evidentan značaj brendiranja i marketinga kako bi proizvodi stigli do rastućeg broja potrošača.

Godine 1830. američke železničke kompanije postale su prve moderne organizacije za upravljanje. Kasnije su nastala povereništva koje su predvodili osnivači iz čijih

centara su nastali monopolji, a šezdesetih godina prošlog veka menadžeri su vodili konglomerate. Verujem da ste primetili putanju određenog načina poslovanja i načina razmišljanja.

Ako je biznis kombinacija proizvodnje, distribucije i prodaje, po čemu je onda biznis poslovanje drugačije?

Na kraju se sve svodi na stvaranje ekonomskog viška – to je cilj svakog biznisa!

„U životu nećete mnogo postići ako radite samo onim danima kada se osećate dobro“. Džeri Vest (Jerry West)

A u životu preuzetnika takvih dana ima manje.

Evo, recimo, kako da znate da je baš vaša ideja prava biznis ideja, odakle da počnete, šta je neophodno da znate, koliko je novca potrebno i – da li je sve biznis i šta čini biznis?

Za početak, a pogotovo u ovim kriznim vremenima kada su u nezavidnom položaju gotovo sve delatnosti (neke manje, neke više) važno je da svoju ideju ne odbacujete odmah i da imate na umu da će onlajn poslovanje tek da odigra golemu ulogu na svetskom tržištu.

Kako biste iskoristili svoje usmerenje kao prednost, jako je važno da se pozabavite svojevrsnim „istraživanjem tržišta“, da napravite biznis plan i da uradite SWOT analizu.

Biznis plan je mapa vašeg poslovanja - u njemu su tak-

sativno navedeni ciljevi preduzeća i strategija kojom ćete ostvariti ideju. Tržište je mesto koje bi tu ideju moglo da prihvati kao dobrodošlu, a profitno isplativu na relaciji koja je obuhvata, ali i vas i vaše potrošače.

Kako biste pravilno pristupili izradi biznis plana, nemojte izbegavati marketinški i prodajni element, ni analizu snage, slabosti, prilika i pretnji (SWOT) koje zasigurno postoje, a potpuno se predajte istraživanju svoje konkurenčije i klijenata, pa i tome da ih upoznate.

Da biste izbegli takozvane početničke greške, na pravom ste putu ako preuzmete spomenute korake. Pored njih organizujte svoje vreme, budite pažljivi pri raspodeli budžeta koji posedujete (napomena: početni kapital zavisće od vrste i veličine biznisa koji pokrećete – negde to bude samo nekoliko hiljada dinara, znanje i internet, a za neke je ta suma nedovoljna i ulaganje je veće). Zatim, čuvajte svu dokumentaciju i pravno se zaštitite i budite u toku jer – informacija je znanje.

„Na kraju dana ljudi misle da je muškarac jedini način na koji se možete ostvariti. Za mene je to oduvek bio rad“. Dajana Spenser (Lejdi Di)

Žene u preuzetništvu postale su moderna sintagma u javnom diskursu u poslednjih nekoliko godina. Prolaznost u široj javnosti je jasna ukoliko se setimo da danas još postoje mesta u kojima žena nema pravo da radi ili joj nije dopušteno, ne može da deli imovinu sa mužem, nije plaćena jednakim kao muškarac za istu poziciju, teže dolazi do viših pozicija, neshvaćena je dovoljno ozbiljno za takve pozicije i češće trpi mobing na radnom mestu.

Nasuprot ne tako zavidnoj statistici kada su u pitanju gorionavedne stvari, sam pomen na žene i biznis odjekne kao bomba!

Isto kao za preuzetništvo uopšte, tako postoje različiti podsticaji za razvoj ženskog preuzetništva na nivou države, ali i lokalne samouprave. Velika stvar sa kojom se žene suočavaju u ovom načinu poslovanja su strah od dugova i velikog obima posla i zapostavljanje porodice.

Na kraju, sve se svodi na isto. Kako, pitate se?

Krajem septembra ove godine u medijima je izašao jedan sjajan naslov koji bi trebalo da oslikava motiv svakog biznisa, bez obzira na pol koji nas determiniše, a to su sloboda i veća zarada.

Da li je za vas to dovoljno da načinite prvi korak?

Milica Savić



Optimizacija poslovanja

UZ "IVA RAZVOJ"



Tehnologija se razvija i napreduje iz dana u dan, pa bi zbog toga vaše poslovanje trebalo da bude u korak s vremenom. „Iva razvoj” je kompanija koja pruža usluge u razvoju softverskih i mobilnih aplikacija za klijente širom sveta. Optimizujte poslovanje vaše firme uz jednostavnost korišćenja ovih softvera i uštedu vremena. U ovom tekstu ćemo vam predstaviti neke od usluga, koje znatno mogu da olakšaju vaše poslovanje.

POS program

Ukoliko želite jednostavan i fleksibilan sistem za vođenje i upravljanje vašeg ugostiteljskog ili maloprodajnog objekta, u tom slučaju je POS program idealno rešenje za vas.

Uz pomoć POS programa možete da imate tačan uvid u vaše poslovanje, kao i da ubrzate prodajni proces. Kao izuzetno fleksibilan program, možete da ga podešite tako da zadovolji isključivo potrebe vašeg poslovanja. Svi procesi u ovom programu se vrše on-lajn, a upravljanje podacima može da bude daljinsko. Ono što bi trebalo da znate jeste da je POS program kompatibilan sa bilo kojim hardverom i osim prilikom pokretanja prodajnog mesta u POS rešenju, za njegovo dalje korišćenje nije potrebna internet konekcija. Ubrzajte vaš servis i povećajte efikasnost poslovanja uz jedinstveni POS sistem.

Knjigovodstveni program

Knjigovodstveni program je lak i jednostavan za korišćenje, a karakteriše ga moderan i intuitivan interfejs. Namenjen je za sve tipove preduzeća i za knjigovodstvene agencije.

Ovaj program će vam omogućiti iskustvo dvostrukog unosa koje prati vaše poslovanje, kroz prihode i rashode. Knjigovodstveni softver vam pruža jednostavno vođenje knjigovodstva, obračuna PDV-a i pripremu godišnjih izveštaja. Vaši stari podaci biće besplatno prebačeni u ovaj program uz konstantno elektronsko arhiviranje novih podataka. Uz jednostavan i brz pristup uštedećete vreme zahvaljujući brzoj obradi podataka. Korišćenjem ovog programa obezbediće redovna ažuriranja i stalnu usaglašenost sa aktuelnim zakonskim propisima, kao i podršku našeg stručnog tima.

Kontrolna tabla

Pomoću naše kontrolne table možete da pratite i analizirate sve poslovne aktivnosti i procese u svakom trenutku. Kontrolna tabla može se koristiti za razne delatnosti, od marketinga, preko prodaje, do izvršnog sektora bilo koje delatnosti. Ovaj sistem poslovne inteligencije pružiće vam efikasne i tačne rezultate, a poslovanje vaše kompanije biće unapređeno uz konstantan rast, razvoj i inovaciju. Obavljajte brže i efikasnije poslovne procese vašeg preduzeća. Bitno je istaći da vaša kontrolna tabla može da bude personalizovana u skladu sa potrebama koje odgovaraju vašem poslovanju. Uz kontrolnu tablu imaćete sve podatke na jednom mestu i tako će vam biti omogućen pregled objedinjenih i filtriranih informacija. Kontrolna tabla pruža jednostavnu analitiku, koju lako mogu da koriste neanalitičari.

CRM za prodaju, marketing i on-lajn zadovoljstvo kupaca

Zahvaljujući našem CRM softveru, vaše informacije iz različitih odeljenja kompanije biće objedinjene na jednom mestu i tako ćete imati holistički prikaz svakog kupca u realnom vremenu. Ovaj softver će vašoj kompaniji pružiti uvid u mogućnosti za rast poslovanja sa svakim kupcem, kao i način merenja njihove vrednosti. Vaši zaposleni u oblasti prodaje, marketinga i korisničke podrške, brže i lakše će donositi odluke, od nadogradnje i unakrsne pro-

daje, do poboljšanja kvaliteta komunikacije sa kupcima i reagovanja, kao i koordinacije upravljanja prodajom i marketinške kampanje. Uz pomoć CRM softvera podaci iz vašeg internog i onlajn sistema biće sinhronizovani, a vašim kupcima ćete omogućiti da brzo i jednostavno naprave onlajn reklamaciju za proizvode ili račune.

Onlajn šop B2C i B2B rešenje

„Iva razvoj“ nudi idealno rešenje za vaše kupce i njihovo jednostavno korisničko iskustvo. Uz onlajn šop B2C obezbediće vašim kupcima funkcionalan način prikaza



i poručivanja proizvoda. Plaćanje mogu da izvrše brzo i pouzdano sa bilo kog uređaja. Onlajn šop B2C će uštedeti vaše vreme i novac i povećati prodaju, a vaša kasa i onlajn prodaja biće sinhronizovani.

S druge strane, B2B rešenje omogućava kupovinu, prodaju i promovisanje usluga, informacija ili proizvoda drugim firmama. Ovaj onlajn poslovni model pruža mogućnost povezivanja baze kupaca i baze proizvoda. Zahvaljujući B2B modelu trgovine, vaše fakture će biti automatski generisane, a uplate u dva ili više smerova biće povezane.

Korišćenjem ovih softvera uz veliku uštedu vremena i resursa moći ćete da se posvetite i fokusirate na druge radne zadatke, a „Iva razvoj“ će svaki od softvera prilagoditi potrebama vašeg poslovanja.

Sofija Bajić

Klub "Biznis na štiklama":

Odmah smo se snašle - svojstveno ženama

Žensko preduzetništvo je postalo jedna od čestih i glavnih tema u poslednjih nekoliko godina, skoro deceniju. Javni medijski diskurs već taman toliko dugo zvuči baš onako kako se žene osećaju – spremne da izadu iz zone komfora, da primene i monetarizuju svoja znanja i veštine, da nauče ono šta žele i da se pokažu izvan porodičnog kutka, solidarišući se sa drugim ženama.

Pored raznih usporavanja prisutnih decenijama, došlo je do pandemije koja je uzdrmala celu planetu u gotovo svim društvenim segmentima, a ništa manje ni žensko preduzetništvo. Međutim, postoje mesta i osobe koje se i poslednjih godinu dana trude da ne zaostaju i da ženama pruže adekvatnu podršku u biznis sferi.

Na tom mestu, između ostalog, piše da su one tu kako bi žene „jednostavnije ušetale u svet biznisa, a kasnije u istom tom biznisu uspešno opstale i napredovale“.

Sa Sofijom Bajić iz kluba „Biznis na štiklama“ razgovorom na temu ženskog preduzetništva obeležili smo godinu dana od globalne svetske krize prouzrokovane virusom kovid 19, koji je prodrmao celokupni preduzetnički sistem.

Istraživanja objavljena u medijima krajem prošle godine pokazala su da pandemija „nesrazmerno jače utiče na žensko preduzetništvo“. Zašto je to tako?

- Nije samo pandemija uticala negativno na žensko preduzetništvo. Svima nama je dobro poznato da su u preduzetništvu žene manje zastupljene u odnosu na muškarce. Takođe, poznat nam je i razlog zbog čega je to tako. Sva imovina se nalazi na našim očevima, muževima i braći. Samim tim žena nije kreditno sposobna kako bi mogla da garantuje svojom imovinom.

Često čujemo kako je jedna od važnijih stvari za ženski biznis, između ostalih, solidarnost. Kakvi su vaši utisci danas, godinu dana nakon proglašenja zdravstvene pandemije - ima li solidarnosti?

- Ako se misli na solidarnost „žena - ženi“, tu smo zaista na dobrom putu u „Biznisu na štiklama“. Kako je pandemija krenula, mi smo se organizovale u tom pogledu. Nastavile smo ono što smo do tada radile, samo smo se preorientisale na onlajn. Na taj način smo se solidarisale.

Na koji način su članice kluba ostale aktivne i kako je klub prevazilazio momente zastoja u radu?

- Zastoja u radu uopšte nije bilo. Naučile smo kako da se naš rad nastavi preko „Zum platforme“, a uključivale smo se uživo preko društvenih mreža. Tri puta nedeljno smo imale nešto poput emisije, što smo nazvale „Hajde da pričamo o...“ Razne teme su bile zastupljene. Potom seminari, edukacije... Nismo se prepustile, već smo se odmah snašle. Svojstveno ženama.

Jedan od modela pomoći ženama da pokrenu svoj biznis je osposobljavanje za rad na internetu, što je vrlo važno s obzirom na to da postoji veliki procenat rada od kuće. Kako ste u tom pravcu pomagale članovima i članicama?

- Mnoge preduzetnice su dobole znanja i veštine za rad na društvenim mrežama u pravcu informacija o tome kako da svoje proizvode prodaju onlajn. Imale smo takođe jedan projekat pod nazivom „Ona može sve“, namenjen samohranim majkama, u okviru kojega su se obučavale za virtualnog asistenta. Dvadeset polaznica je dobilo sertifikat o završenoj edukaciji.



Koja rešenja su moguća, na koji način i gde žene mogu očekivati pomoći i stručne savete? Šta članovi i članice mogu da očekuju od rada u klubu u narednom periodu?

- Mi smo nastavile sa dobrom praksom. Svaka preduzetnica ili potencijalna preduzetnica može da dođe po savet kod nas - da zaista dobije to po šta je došla. Takođe, sve preduzetnice i potencijalne preduzetnice mogu da koriste naš prostor bez ikakve nadoknade, a mogu da koriste i

usluge naših članica po znatno nižim cenama. To nije sve: za naše članice su dostupne pravne, knjigovodstvene, konsultantske usluge i usluge rada na društvenim mrežama, kao i izrada sajtova. Još nešto zbog čega smo tu su i informacije o raspisanim konkursima za bespovratna sredstva, kao i sredstva za samozapošljavanje.

Milica Savić

Najbolje preduzetničke ideje za započinjanje posla

Zeljni ste samostalnosti i nezavisnosti u poslovnom segmentu vašeg života? Kreativni ste i ambiciozni, te imate želju za uspehom i napredovanjem? Mladi ste i tek na početku karijere, ili ste pak iskusi i vredni radnici koji se žele osamostaliti? Možda samo želite dodatno zaraditi? Svi imate podjednake šanse u svetu preduzetništva.

Da biste otpočeli sopstveni posao neophodna vam je kreativna ideja, te odlučnost i vera da ćete je ostvariti. Potrebno je da ste sistematični i temeljni. Napravite solidnu listu dokazanih i praktičnih poslovnih ideja. Možete se opredeliti za neku zabavnu poslovnu ideju, koristan posao od kuće, ili neku koja ne zahteva veća finansijska ulaganja, te poslove koje možete raditi kao samostalne part-tajm poslove. Zatim pažljivo procenite koja od njih bi najverovatnije odgovarala vama. Budite kreativni i inovativni prilikom prilagođavanja ideje vašim mogućnostima, potrebama i ambicijama.

U nastavku možete pročitati predloge preduzetničkih ideja za započinjanje biznisa.

Pravljenje kolača

Pravljenje kolača nekada je zahtevalo mnogo više iskustva, znanja i veštine. Danas ne morate biti iskusna domaćica da bi vam uspele krofne, niti vrstan poslastičar kome mafini i kapkejkovi izgledaju kao sa slike. Sve recepte možete vrlo lako pronaći na internetu. Upotrebite maštu i kreativnost kako bi vaši kolačići izgledali što unikatnije i privlačnije. Smanjite troškove proizvodnje kako biste omogućili ostvarivanje što većeg profita, ali ne zaboravite da je kvalitet ono što zadržava i osvaja potrošače. Koristite internet i društvene mreže za promociju i pristup potencijalnim kupcima.

Animacija dece

Uživate u tome da zasmejavate decu? Zar ne bi bilo fantastično da radite na dečijim rođendanskim proslavama ili privatnim žurkama? Na početku potrebno je izdvojiti sredstva za kostime i igrice, ali posle toga su troškovi minimalni, a zarada dosta veća. Dobra stvar kod ovog posla je što biste ga radili vikendom, pa vam može biti drugi ili sporedni posao. Sve što treba jeste da se naoružate osmehom, pesmicama i pozitivnom energijom.

Lični trener

Aktivni ste i razumete se u sport? Teretana i sportske sale su vaš teren? Započnite posao ličnog trenera. Možete raditi u oblasti u kojoj ste najstručniji (fitnes, košarka, fudbal i sl.). Sve više se obraća pažnja na zdrave životne stilove. Jako je bitno da ste stručni i da brinete za zdravlje ljudi. Ukoliko ste amater ili nemate iskustva upišite kurs i usavršite se. Ulaganje u sebe je uvek dobra investicija, a tako ćete izbeći potencijalno ugrožavanje drugih. Ukoliko ste pažljiv i kvalitetan trener imaćete više klijenata, a sa tim i vaša zarada će biti veća.

Instruktor

Ukoliko ste dobri u matematici, engleskom jeziku, fizici ili bilo kojem školskom predmetu ovaj posao je savršen za vas. Možete držati privatne časove za osnovce, srednjoškolce, ali i studente. Radićete od kuće bez ikakvih troškova. Sve što treba jeste da uložite znanje i vreme.

Zanatski poslovi

Mnogi ljudi prave mnogo lepe i unikatne proizvode svojim rukama. Međutim, da biste na tome zaradili morate biti u stanju da razumno cenite svoje proizvode. Ručni radovi su originalni i sve se više cene. Danas imate mnogo tržišta na kojima možete plasirati svoj proizvod - od lokalnih trgovina, sajmova zanatlija, pa do prodaje putem sopstvene veb-stranice i putem interneta.

Usluge uređivanja

Možete uređivati fotografije ili se ipak opredeliti za lektorsko ili gramatičko uređivanje tekstova. Zavisno od oblasti u kojoj ste specijalizovani, opredelite se. Ovaj posao ne samo da će vam doneti zaradu, nego će vam i dodatno usavršiti u svom poslu.

Izrada veb (web) stranica

Razvoj tehnologije i značaj interneta je sve veći. Ukoliko imate veštine rada na računaru i kreativni ste, ovaj posao bi bio idealan za vas. Sve veći broj preduzeća, samostalnih preduzetnika, ali i ljudi ima potrebu za ličnom veb-stranicom. Iskoristite ovu potrebu tržišta, pokažite da ste jedinstveni i da vam je kvalitet na prvom mestu. Zarada je zagarantovana!

Neka vam ovi predlozi budu pokretačka i inspirativna snaga za formiranje vaše lične preduzetničke ideje i započinjanje samostalnog posla.

Anja Pejić



Frilensi i biznis:

porezi, problemi, naplata i društvo, retroaktivno i aktivno

Tržište traži više. Potražnja za određenim poslovima će uvek opstati. Neki poslovi su nestali kako je vreme odmicalo i kako su se uslovi modernizovali, a tehnologija napredovala, dok su neki tek nastali ili su u procesu nastajanja. Kod poslova koji se „guraju“ u tržišnoj utakmici uvek je važno pratiti ritam i ne zaostajati, jer takva zanimača brzinom svetlosti - nestanu.

Konstantno takmičenje, krize, dobici i gubici, smena generacija i tehnologija stvaraju sjajne biznise. Za neke se ne čuje toliko, ali tu su, odlični su, imaju svoju ciljnu grupu, dok za neke čujemo tek kada se pojave problemi, ili nakon delovanja svih slojeva marketinga.

Za vreme početka pandemije frilensi su, u zavisnosti od toga ko su im klijenti i koja im je priroda posla, ili ostali na čekanju, ili uvećali svoje prihode.

Sigurno u svojoj blizini poznajete nekoga od koga ste čuli da im je posao na „hold-u“, jer (strani) klijenti nisu mogli da ulazu novac dok je svet čekao da vidi šta će doneti zdravstvena pandemija. Neki, recimo lektori, nastavnici, prevodioci, frilensi iz oblasti IT sektora i digitalnog marketinga, gotovo da nisu osetili ništa.

Osim prvih nekoliko meseci kada se ceo svet suočavao sa nepoznanicom.

Da li to znači da bi svi trebalo da postanu frilensi?

Frilensi su u slobodnom prevodu "slobodnjaci" koji rade po projektu, nisu zaposleni u preduzeću i nemaju tačno određeno radno vreme. Frilensi nemaju registrovanu firmu, dakle nisu preduzetnici, ali poseduju svoj biznis koji od klijenta do klijenta traje do završetka usluge ili projekta.

Isto tako, kod frilensera je često diskutabilno zdravstveno i penzиона osiguranje, kao i radni staž.

Važno je napomenuti da je nekome ovaj vid zaposlenja jedini način na koji monetarizuje rad, bez obzira na to da li ima fakultetsku diplomu ili je samouk. Važno je istaći i to da u Srbiji postoji pozamašan broj radnika koji svoj posao obavlja od kuće. Statistika ih identificuje upravo kao frilensere.

Srbija je pre korone bila u svetskom vrhu po broju onih koji rade od kuće, ali zbog nedostatka zakonskog okvira snalazili su se oko načina svog poslovanja - a porez se mora platiti.

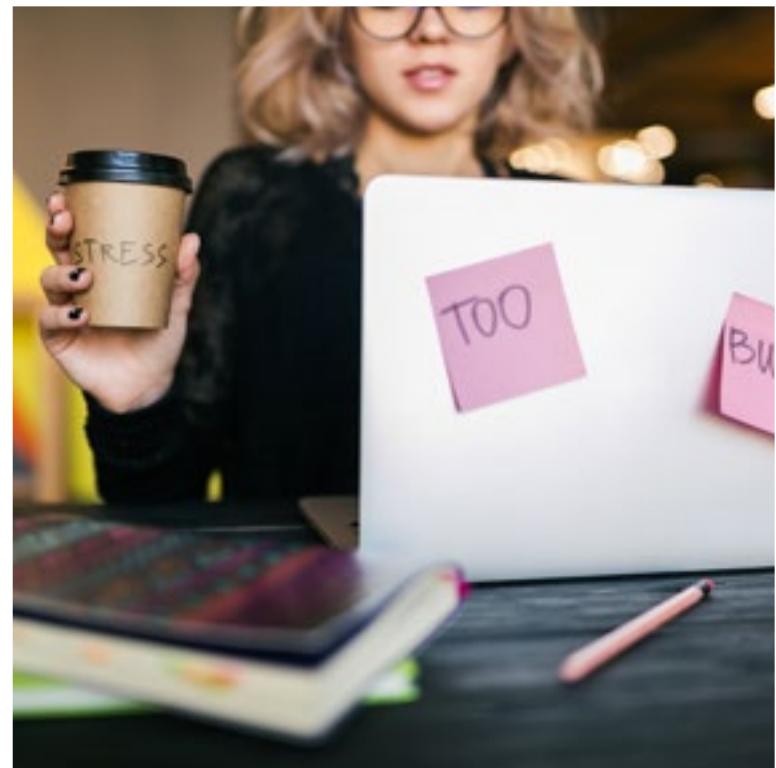
I došlo je do problema.



Prema nekim onlajn podacima do kojih se može doći za nekoliko minuta istraživanja, srpski frilenseri su u periodu od 2007. do 2012. godine najveći deo zarade ostvarili u oblasti IT industrije i kreativne industrije, a prema medijskim pisanjima od pre samo dve godine, navodi se da su srpski frilenseri u svetskom i evropskom vrhu.

Ni početkom februara ove godine nije postignut dogovor između Udruženja radnika na internetu i predstavnika Vlade Republike Srbije. Tada su državni predstavnici predložili reprogram duga, uz otpis kamate i plaćanje duga na rate tokom deset godina, sve to u procesu čekanja do usvajanja Zakona o porezu na dohodak - što je druga strana odbila.

Prethodno, Poreska uprava pri Ministarstvu finansija odlučila je da naplati poreze frilenserima i to retroaktivno, sa kamatama za poslednjih pet godina.



Šta su zablude, a šta rešenja?

Pravnici na ovu temu kažu: „Poreska uprava ima pravo da posmatra pet godina unazad i da kontroliše da li je obveznik u tom periodu uredno izmirivao svoje obaveze. Ako nije, ona ima pravo da mu ih sama odredi i da mu obračuna zateznu kamatu“, rekao je za medije Svetislav V. Kostić, profesor Pravnog fakulteta Univerziteta u Beogradu. On je dodao i da je taj način uobičajen i u svim evropskim poreskim zakonodavstvima.

Za više od šest meseci, koliko su protesti trajali, pričalo se o predlogu iz Udruženja radnika na internetu da obračun i naplata poreza počnu od 14. oktobra 2020. godine, kada je Poreska uprava Srbije objavila opšti javni poziv frilenserima, kao i o želji da se radi na Zakonu o fleksibilnim oblicima rada. Sve sa nadom u očuvanje ovog biznisa.

Mnogi su se pitali na koji način će se rešiti oporezivanje novca koji stiže iz inostranstva i šta će biti sa frilens biznisom koji je nekome jedini način finansiranja kojim raspolaze. Posledice su mogle biti ogromne: mogle su dotaknuti ogroman broj istih ili sličnih biznisa, što bi lako uticalo na stopu nezaposlenosti i na „odliv mozgova“ iz Srbije u inostranstvo.

Za kraj priče, Vlada Srbije je nedavno saopštila da je postigla dogovor sa predstvincima Udruženja frilensera i Udruženja radnika na internetu u vezi sa načinom plaćanja poreskih obaveza, tako što se normirani troškovi povećavaju sa 43 % na 50 %.

Pravo vreme za pokretanje STARTAP KOMPANIJE

Imate ideju za biznis, ali niste sigurni kako da je realizujete u delo? Čini vam se kao odlična ideja da brzo napredujete u kratkom vremenskom roku? Startap može biti dobar izbor. Kako biste održali vašu ideju i unapredili biznis treba strpljenja, rada i znanja.

Do pre dve-tri godine kod nas se startap nije ni spominjao. Bili su aktuelni termini kao što su osnivanje malih i srednjih preduzeća, malih biznisa i slično. Tu može doći do problema ukoliko startap nije dobro definisan. Ako se za startap misli da je bilo koji klasičan biznis, tu može doći do problema.



Šta je startap?

Startap se definiše kao inovativan tehnološki biznis, koji ima potencijal za brzi rast i koji može da dostigne veliku razmeru sa malo resursa. Odlična vest je da startap nisu samo mikro IT preduzeća, kako se obično misli, nego bilo koji inovativni preduzetnički poduhvat.



Šta je neophodno za pokretanje startapa?

Ako se odlučite za pokretanje startap kompanije u Srbiji sigurno ćete imati bezbroj pitanja. Kako da krenem? Šta mi je potrebno? U kom smeru da idem? Sva ova pitanja su sasvim u redu, ali je zato neophodno veoma dobro se informisati pre nego što krenete u ove vode. Pitajte stručne ljudе koji su zaduženi za određene oblasti. Pravnik, finansijski savetnik, ekonomista, pa na kraju krajeva i ljudи koji su već ušli u ovu fenomenalnu priču. Svi oni vam mogu biti od velike pomoći jer vam mogu dugoročno uštedeti novac dajući vam ključne informacije za uspešno poslovanje.

Bitno je zapamtiti da nije svaka novoosnovana firma startap. Pekara npr. nije startap ma koliko ona bila nova na tržištu - jednostavno nije. Da bi to bila neophodno je da svoju delatnost ostvaruju na inovativan način. Zato je neophodno da pre informisanja imate dobru ideju koja može da se realizuje, a zatim da napravite poslovni plan. Treba dobro razmisli o finansijskim ulaganjima, rezultatima u poslu, mogućim poteškoćama i njihovim rešenjima. Morate naći odgovore na pitanja kao što su: koja je svrha vašeg poslovanja, kome prodajete, kako ćete finansirati troškove i na kraju veoma bitno pitanje - koji je vaš cilj?

Biznis plan

Poslovni plan je veoma bitna stavka i ne sme se preskočiti. Može vam olakšati posao, predvideti moguće probleme i rešenja, smanjiti rizike na vreme i time uštedeti vreme i novac. Na početku ste odmah u prednosti i tada su vam

mnogo veće šanse za uspeh. Kada ste shvatili poentu ovoga, imate dobru ideju, cilj i poslovni plan, zaista nemate čega da se plašite.

Promocija nikada nije bila lakša

Pored današnje tehnologije, promocija biznisa nikada nije bila lakša i uspešnija. Ne smemo zaboraviti da je dobra promocija na društvenim mrežama već dosta posla obavila. Napravite internet (veb) stranicu, pokrenite društvene mreže, nalog na Instagramu, Fejsbuku, Linktinu i krenite u promociju. Već na samom početku možete videti da li je vaša ideja dobra ili ne, jer ćete pomoći društvenih mreža dobiti povratnu informaciju o biznisu. Za svako uspešno poslovanje neophodan je marketing, složićete se. Uložite novac u dobar marketing, angažujte marketinšku agenciju da vam u tome pomogne i usmeri vas kako dalje. Nekada je dobar marketing pola obavljenog posla.

U poslu vam može pomoći i mentor. On je bio gde ste vi i prošao je sve kroz šta ćete vi tek proći. On vas može najbolje uputiti u posao, kakvo je tržište, kakve su prepreke i da vas ohrabri da ne odustajete. Zaista nema potrebe ni da odustajete. Možete izgubiti samo vreme, a ukoliko uspete možete dobiti mnogo više. Pokretanje startapa zaista može da vam promeni život na bolje.

Dobar tim, ideja, cilj, marketing i informisanje su ključne stvari u postizanju uspeha. Pokrenite se već danas jer je pravo vreme za pokretanje startapa.

Borjana Jeftić



Dobar tim, ideja, cilj, marketing i informisanje su ključne stvari u postizanju uspeha. Pokrenite se već danas jer je pravo vreme za pokretanje startapa.

NARHIVA - IDEALNO REŠENJE ZA VAŠU POSLOVNU DOKUMENTACIJU



NUCLEO APP



NUCLEO.APP



SORTIRANJE, INDEKSIRANJE I ISKLADIŠTENJE

VAŠE **POSLOVNE DOKUMENTACIJE**
NA MESTU OBEZBEĐENOM SVIM
VIDOVIMA ZAŠTITE.

**U NAJKRAĆEM MOGUĆEM
ROKU DOSTUPNA VAM JE U
DIGITALNOM OBLIKU.**



025 310 634



INFO@NUCLEO.RS



WWW.NUCLEO.RS

Vrednost tržišta začina raste iz dana u dan!

Globalno zaključavanje, izolacija, samoizolacija, fizička distanca među ljudima – sve to je uticalo na pojačane aktivnosti kod kuće uz porodicu. Jedna od tih aktivnosti je kuvanje, kojoj se veliki broj ljudi intenzivno posvetio poslednjih godinu dana. Kao jedna od najstarijih porodičnih aktivnosti, koja je nekada postojala samo i isključivo zarad egzistencije, nekim je danas hobi, profesija, a nekim zabava.

Bilo kako bilo, šerpe, lonci i tiganji su ponovo aktivni, a aktiviralo se još jedno tržište – tržište začina. Najnovija predikcija je da će tržište začina da poraste na 14,5 milijardi dolara do 2025. godine, a 2019. godine vredelo je "samo" 11,15 milijardi.

„IMA NEKA TAJNA VEZA“

To je najjasnije upravo poznavacima i ljubiteljima kuvanja, jer nijedno jelo ne pokaže svoj maksimum dok se ne eksperimentiše sa različitim začinima.

Kao što kuvanje ima dugu tradiciju, nemerljivo dugačak put prešli su i začini. Oni su u upotrebi još od doba neolita. Kim je, recimo, pronađen u drevnim naseljima. Gotovo je svima poznato da su Egipćani bili aktivni korisnici velikog broja začina od kojih su pravili različite lekove i kozmetičke proizvode, a trgovina začinima kroz istoriju činila je mnoge lokalce i vlastodršce bogatijima.

Kada su u pitanju Grčka i Rim, stanovnici ni pre 2.500 godina nisu prekidali tradiciju upotrebe začina, a za biber i cimet (koji su decenijama jedni od omiljenih), zaslužan je Aleksandar Veliki, koji ih je doneo sa putovanja iz Indije i Persije.

Istorija, dalje, prati tragove benediktinskih sveštenika, Marka Pola, Kristofera Kolumba i njegovog brodskog lekara Dijega Čansa, Ernana Kortesa i drugih. Danas su najskuplji začini šafran, vanila, kardamon (familija đumbira), karanfilic, cimet, biber i kurkuma.

KO SE RADUJE, A KO BRINE?

Skok vrednosti tržišta začina ipak će zavisi (i zavisi) od više faktora, kao što su geopolitički sukobi i klimatske promene. To znači da će svaka zemlja koja je veliki potražilac začina da vodi jednu specifičnu i ni malo laku bitku.

Kad smo već kod toga, najveća potražnja u poslednjih godinu dana zabeležena je u SAD-u i u Evropi. Zanimljivo je da je u Aziji zabeležen skok, takođe, iako je ona i najveći potrošač ove robe.

Spomenuli smo ranije u tekstu neke od najskupljih začina, kao što su šafran i vanila. Kada je o njima reč, važno je istaći šta se trenutno događa na tržištu.

Naime, priča o šafranu je interesantna. Začin potiče iz Irana, i to 90 % proizvodnje, a ta proizvodnja je otežana i pre pandemije zbog nametnutih ograničenja. Pored ove stavke, proizvođači muče muku prilikom proizvodnje jer je za jedan kilogram potrebno skupiti 250 hiljada cvetova krokusa.

Ljudski rad, cena tog rada i kilogram na tržištu? Sve da, ali sigurno ne "prava sitnica".

Pored toga, problemi sa šafranom u vezi su sa SAD-om, jer je ova država ponovo uvela sankcije Iranu, što je lokalcima otežalo da svoj proizvod regularno prenesu preko granica i unovče ga putem bankovnih transakcija. Neretko se dogode krijučarenja, najčešće u Avganistan, odakle se začin šalje dalje.

Kada je u pitanju vanila, da li ste znali da 80 % količine na globalnom nivou dolazi sa Madagaskara, upravo zbog odgovarajuće klime za uzgoj orhideja od kojih se pravi začin? A da li ste čuli za klimatske promene?

Madagaskar vodi tešku borbu sa jakim ciklonima koji mogu da opustoše većinu useva, što utiče na promenljivost cene vanile po kilogramu na tržištu. Sada su zemlje sa isto tako pogodnom klimom uočile budućnost u uzgoju vanile, pa se bore za svoje mesto na tržištu – istovremeno da „sruše“ Madagaskar. Jedna takva je Uganda.

Za kraj, trebalo bi spomenuti da je ova vest dobra ne samo za one koji proizvode začine, već i za one koji ih pakuju i proizvode ambalaže.

Dakle, neki se raduju, a neki zaista brinu.

"Aurum tekstil"

U Odžacima se proizvodi netkani tekstil, koji je srce zaštitnih maski

Kompanija „Aurum tekstil” (Aurum Textile) jedan je od najvećih proizvođača netkanog tekstilnog materijala u ovom delu Evrope, a u Srbiji, tačnije u Odžacima, posluje od prošle godine. U Srbiju su stigli sa ciljem da tržištu ponude visokokvalitetan, sertifikovan proizvod netkanog tekstila od polipropilena, čija je filtraciona moć 99,7 %.

Netkani tekstil koristi se za izradu zaštitnih maski, a ima veoma široku primenu, od medicinske do automobilske industrije, ali i u proizvodnji klima-uređaja, kao i u drugim industrijama gde je potrebno izvršiti bilo kakvu filtraciju vazduha.

Pored polipropilena, koji je osnovna sirovina, dodaju se i određeni elementi koji kroz nanelektrisanje podižu stepen filtracije na 99,7 odsto i sprečavaju prodor i najsitnijih čestica te štiti od virusa, bakterija i drugih štetnih čestica. O vrhunskom kvalitetu proizvoda i visokoj filtracionoj moći govori i činjenica da tekstil koji se koristi za izradu zaštitnih maski mora imati filtracionu moć od najmanje 95 odsto.

Kontrolu kvaliteta kompanija „Aurum tekstil” vrši u sopstvenoj laboratoriji opremljenoj najsavremenijim uređajem za ispitivanje efikasnosti filtracije materijala. Nakon ispitivanja u prodaju idu isključivo materijali koji su zadovoljili ove najviše kriterijume.

Inače, po hemijskom sastavu netkani tekstil je polipropilen, ekološki je prihvatljiv, biorazgradiv i vodootporan. Ovaj materijal karakteriše i čvrstina, mala težina, velika otpornost na habanje, kao i lakoća rada u proizvodnji i lakoća održavanja.

Kompanija poseduje i sertifikate *TÜV Austria i Eurofins*, koji su potvrda primene najviših proizvodnih zahteva i upotrebe isključivo testiranih materijala.

Više o kompaniji možete saznati na zvaničnoj internet prezentaciji kompanije www.aurumtextile.com



Na koji način organska proizvodnja utiče na poslovanje u Srbiji?



“

Zašto je
ovakav način
proizvodnje
nedovoljno
zastupljen?

”



Nedavno je ministar poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva Branislav Nedimović rekao da je za mala gazdinstva u Šumadiji, na zapadu i jugu Srbije, pravo rešenje za opstanak organska proizvodnja, što je pokazatelj i kada je u pitanju izvoz u poslednjih deset godina.

Da li je agrobiznis ikada prestajao da bude jedan od boljih rešenja za srpski mali i srednji biznis i šta na to kažu dosadašnji pokazatelji?

Kada je u pitanju potrošačka strana i ako se analizira potrošačka korpa, najveće poverenje ima hrana koja ne sadrži gluten i koja na sebi ima oznaku "bio". S druge strane, upravo ta oznaka izaziva najviše polemike u javnosti jer je skupljena, a postoji verovanje da cena mora da sadrži poverenje i kvalitet.

Kada su u pitanju mala i srednja gazdinstva koja svoj fokus, rad i novac usmeravaju na domaću proizvodnju organske hrane – osećaj je gotovo jednak sa „blaženstvom i ponosom što ih imamo“.

Zašto je onda takav način proizvodnje nedovoljno zastupljen?

Bez obzira na sigurnu potrošačku javnost i dugoročnu potrebu za organskim proizvodima, srednjim i malim gazdinstvima je potrebna pomoć.

Ministar je objasnio da će država da finansira prelazak sa konvencionalne proizvodnje na organsku. Za neke bi taj proces mogao da traje i tri godine, ukoliko su na zemljištu korišćeni hemijski preparati. Tamo gde nisu, sertifikat se dobije za oko šest meseci, rekao je Nedimović.

Sertifikat je od izuzetne važnosti,

s obzirom na to da predstavlja merilo svetskih razmara, koji direktno utiče na organsku proizvodnju, što je uslov za dalji izvoz.

Proizvodnja organske hrane je biznis sadašnjosti, a u budućnosti će biti među prvim profitabilnim biznis idejama. S obzirom na razne klimatske promene, veliku zagađenosć životne sredine i znatan broj hroničnih oboljenja, čovek se korak po korak zasigurno okreće prirodi.

Biznis ideje u ovom pravcu su raznovrsne: od organske proizvodnje mleka, jaja, ribe, preko proizvodnje organske hrane za stoku, do pružanja usluga organskog baštovanstva i savetništva organskim proizvođačima.

Potrošač već zna da su takvi proizvodi od 20 % do 40 % skupljici u odnosu na cenu konvencionalne hrane. Da bi cena bila opravdana, važno je istaći da, čim se isključuju razne hemikalije iz procesa gajenja i proizvodnje, produkt je zdrav i skup, ali je i prinos automatski manji.

Pomoći organskoj proizvodnji

Mišljenje stručnjaka je da je budućnost, recimo organskog stočarstva, udruživanje malih stočarskih gazdinstava sa većim. Pored toga jedan od važnih činilaca je obrazovana radna snaga koja će ostati i baviti se ovim poslom, kao i informisanost svih o ovoj temi, bilo šta da je u pitanju.

Iako su beneficije jasne i čini se da se konstantno radi na njihovom podsticanju, iako država subvencionise gazdinstva po hektaru, pre samo dve godine govorilo se o padu površina pod organskom proizvodnjom u Srbiji.

Proizvođači ponavljaju da im nedostaju radnici.

Neka od rešenja ponudio je ministar Nedimović početkom marta.

- Da bi što više zemljišta prestalo da bude tretirano hemijskim preparatima, država je precizirala pomoći u iznosu do polovine sredstava, dok će 40 % biti kreditna podrška, a poljoprivrednici će morati da obezbede 10 % učešća – naveo je ministar poljoprivrede.

Da li ovo može da bude dovoljno u procesu proizvodne tranzicije ili je samo jedan dobar početak?



Da li je biznis knjiga ili iskustvo?

Nekada su knjige bile rezervisane samo za jedan pol, a imale su neprocenjivu vrednost za oba pola. Stvarale su intelektualce i intelektualke, a nekoga su koštale i života ili su makar menjale nečije živote stvarajući odluke i korake koji su uticali na porodice i društvo. Danas se suočavamo sa situacijom hiperprodukcije „lakog štiva“, štiva punog afirmativnih misli koje se brzo usvoje, a još brže zaborave, jer ne daju brzo rešenje koje se od njih očekuje.

Sa druge strane suočavamo se sa opasnošću nečitanja. Ipak, činjenica je da se profesije održavaju i usavršavaju prateći trendove, nova zanimanja se stvaraju, a sve više mladih nema strpljenja za „čekanje i traženje posla“, pa teži da kreira svoj.

Ako je kreacija jedan veliki skok, da li možemo da znamo šta nas od učinjenog prvog koraka do „pada“ čeka i šta da radimo kada se dočekamo na tlo? Postoji li knjiga za biznis koja stvara ono što zamislimo?

Kako bismo pokušali da saznamo odgovor, moramo da znamo da je normalno da se način komunikacije i rada medija, pa i same vrste medija menjaju i stvaraju novi. Tako se elektronske knjige i internet često posmatraju kao krivci što se tradicionalne knjige sve manje čitaju. Bez obzira na to, one su prvo sredstvo za savetovanje i traženje instant rešenja, a tome ide u prilog veliki broj napisanih i objavljenih knjiga o stvaranju i pokretanju biznisa.

Šta možemo da očekujemo od njih?

Biznis je poslovanje koje, takođe, zahteva znanje, metodiku, primenu, marketing i praksu. Mladi danas najviše žele da imaju svoj razrađen i profitabilan posao, jer kažu, ne mogu da podnesu da im neko drugi bude šef, određuje pravila, radno vreme, platu i drugo. Pre svega, što je najvažnije, oni imaju svoje ideje i princip stvaranja rezultata.

U knjigama o biznisu uvek možete da pronađete sjajnu teoriju koja vam je neophodna za prve korake kako biste znali šta vam je potrebno, kome možete da se obratite, šta je dozvoljeno, a šta ne, šta funkcioniše, a šta ne. Dakle, od biznis plana, prezentacije poslovne ideje, vrste ideje i delatnosti, preko stepena inovativnosti, svih koraka marketinga, do prodaje, zakonskih okvira i sličnih tema.

S druge strane, najjača lica preduzetničkog sveta, nevezano za

to koji sektor je u pitanju, vrlo rado pričaju svoje priče i kroz lične primere navode čitaoca da kreira sopstvena biznis rešenja. Oni pružaju uvid u najintimnije priče svojih korporativnih uspeha, koji su izgrađeni na temelju znanja, upornosti, doslednosti, na raznim odnosima sa ljudima i odlukama u određenim situacijama.

Danas autori često opisuju startapove, što je mladima posebno interesantno, a tržište to prepoznaje.

Međutim, imajte sledeću stvar uvek na umu: ne funkcioniše svaka biznis priča po istom modelu – praksa je jako važna i sve životne okolnosti koje se na putu stvaranja posla dogode.

Šta očekivati od kupljene knjige?

Knjiga je poseban medij koji za cilj ima sveopštu kulturu, a inicijalna kapisla je za usavršavanje sopstvenog mentalnog čipa tako što se vokabular bogati novim rečima, stvara se veća mogućnost za kreiranje, sklapanje „slika“ i maštanje. Knjiga takođe informiše i zabavlja, u zavisnosti od žanra.

Ispričane priče velikih biznis vlasnika čitajte sa posebnom pažnjom, najveću koncentraciju ostavite ne za kopiranje plana i primene, već za savete o kriznim situacijama, planiranju vremena i postavljanju prioriteta.

Ne zaboravite na kraju da prilikom izbora knjiga o biznis poslovanju spojite pročitano sa praksom koja je neprocenjiva. Nakon ta dva spoja imate veću šansu za uspeh svog posla u odnosu na samo puko čitanje.

Nije džabe Rozabet Mos (Rosabeth Moss) rekla: „Svaki uspešan projekat pre svoga završetka izgleda kao potencijalna katastrofa“.

Zato na ovaj način sredite svoje misli i znanje i predupredite „katastrofu“. Krenite da kreirate svoje zbirke najvećih autora, kao što su: Rodžer Lauenstajn (Roger Lowenstein), Adam Smit (Adam Smith), Erik Ris (Eric Ries), Šeril Sandberg (Sheryl Sandberg), Napoleon Hil (Napoleon Hill) i mnogi drugi.



Poverenje koje se gradi godinama

 069 731 167

 025 730 288 025 131 167

 CRVENKA_NET

 CRVENKA.NET

 info@crvenka.net

 WWW.CRVENKA.NET



„Rad je stvorio čoveka“

Gubimo li biznis u konstantnoj trci između ponude i potražnje?

„Stabilna konekcija“

Uvodna priča u temu je dokaz da glupa pitanja ne postoje, jer ih nismo slučajno postavili. Naravno da tadašnja civilizacija zajedno sa fizičkim i mentalnim mogućnostima nije odgovarala današnjim i jasno je da je civilizacijski napredak očekivan. Biznis je polje koje je duboko upleteno u te rane početke i čiji pipci zadiru duboko i u konekciju sa današnjim svetom.

U vreme velikih kriza društvo je težilo da održi „stabilnu konekciju“ sa spoljašnjim svetom, a u vreme nastanka velikih imperija, mogula i bitkoina, nastoji se i dalje na održavanju „stabilne konekcije“, ali ovaj put najčvršće sa svojim korisnicima.

Advertajzing i digitalne agencije neprestano ponavljaju da je potrebno stvarati proizvode čije postojanje služi za rešavanje briga svojih korisnika, koji im pružaju samo benefite; pričaju o psihologiji pojedinca, koji će uvek reagovati na emociju i istinsku povezanost sa proizvodom i uslugom. Biznis ide toliko daleko da javnost još uvek vodi debatu o ulozi farmaceutske industrije, o demokratiji, osnovnim ljudskim pravima, ravnopravnosti polova, radnom pravu,

siromaštvu, o posledicama ratova, pa i o veštačkoj inteligenciji i uvođenju 5G mreže.

Pitate li se šta se nalazi između svega navedenog? Da, to su krize.

„Istorija je učiteljica života“

Godine 1929. došlo je do kraha berze američkog tržišta, što je svetu poznato kao „velika depresija“. Simbol ove krize je hiperprodukcija robe.

Godine 2007. nastala je globalna ekonomski kriza. Stariji milenijalci vrlo dobro pamte ovaj period. Novi milenijum na našim prostorima doveo je do uvođenja demokratije, ekspanzije novih ideja, tehnologija i početaka novih biznisa. Ipak, dogodio se sunovrat, takođe prvo na tlu SAD-a, zbog nesigurne kreditne politike banaka, zbog brze zarade i ekstra profita.

Pećinski čovek je nekada davno išao u lov i starao se o egzistencijalnom momentu svoje porodice. Kada je to prestalo da mu bude dovoljno? Šta je bio pokretač da rad postane ono što je danas, da se stvori valuta za razmenu proizvoda, pa čak i misao o naturi, a što je ubrzalo i unapredilo proces i stvorilo homo sapiensa? Kada je homo sapiens poželeo sve i počeo da se umrežava, uči, primenjuje, naplaćuje, pruža, uzima i osvaja?

Učimo li iz prošlosti, merimo li prave statističke podatke i stavljamo li odgovore na prava kontekstna mesta?

Godine 2020. dolazi do zdravstvene krize na globalnom nivou – pandemije nastale zbog virusa kovid 19. Medijski stručnjaci, psiholozi, sociolozi, politikolozi i ostali stručnjaci pričaju o nastanku „nove normalnosti“, rad na daljinu (od kuće) doživljava ekspanziju, utiče se na uvećanje fizičke udaljenosti i održavanja distance, koja je doprinela uvećanju postotka udaljenosti čoveka od čoveka na gotovo svim nivoima.

A, biznis? Neki trpe velike gubitke, neki su se prilagodili novim uslovima, a neki, verovali ili ne, teže da se rode i da rastu.

Ljudi često pričaju o biološkom ratu. Kažu, one što smo vodili među sobom hladnim oružjem, najnaprednjim koje je ljudski mozak mogao da smisli, nisu više aktuelni. Ljudi potražuju život, zdravlje, vodu, vazduh, prirodu.

Zar i to nije biznis?

Rešenja i naravoučenje

Sve svetske krize pokazale su da nas istorija nije naučila ničemu. One imaju zajednički imenilac: materijalno dobro na što brži način – instant zarada čiji je cilj sticanje ekstra brzog profita.

Ispostavilo se da je nova kriza donela i novi obrt – ostaje tu gde jeste, utiče na život, posao, traži prilagođavanje i donosi trendove koji će se zadržati i ubuduće. Ova kriza istakla je u prvi plan ono najbitnije: na koji način obezbediti sigurnost biznisa danas, a kako to isto uraditi i sutra za sutra?

Idealno rešenje je lampica okrenuta u pravcu onlajn trgovine, saobraćaja, energetike, životne sredine, poljoprivrede, industrijske proizvodnje, komunikacije, digitalnog marketinga i slično.

Sadašnje nove platforme zapinju o svoje noge trčeći za biznis korisnicima kojima će obezbediti sve benefite koje mogu da izvuku iz svojih proizvoda, traže i nude specijalizovana rešenja za poslovanje u novim uslovima.

Umrežavajte se i pomažite jedni druge. Eksperimentišite i (ako ne sada – kada onda), okrenite svoju kreativu sunčanoj strani na kojoj uspevaju inovacije.

Ne mrzite svoju konkurenčiju.

Učite od takvih biznis modela.



Da li kupovina poruke nervira



Internet je odavno postao mesto odakle možemo da obavaljamo kupovinu iz udobnosti svog doma. Ova vrsta kupovine štedi vreme i jednostavnija je u odnosu na tradicionalni način, što je prepoznato i u kriznim vremenima, kada je postotak onlajn naručilaca drastično skočio. Mnogim brendovima je to osiguralo opstanak i pozitivno uticalo na marketing i prodaju. Jedna stvar se, međutim, istakla i postala fenomen.

Gotovo svakodnevno na Fejsbuku i Instagramu možete naići na prodajne stranice gde vam se neki proizvod sviđa i poželite ako ne odmah da ga kupite, makar da sazname dodatne informacije o njemu. Kada postavite komentar i

zatražite upravo to, često ćete dobiti povratnu informaciju koja glasi da se javite u inbox ili u dm.

Slično se dešava i po Fejsbuk grupama kada je postavljen oglas za posao – informacije u inbox.

Da li je ovo marketinško - prodajni trik ili običaj onlajn kupovine? Podiže li „rejting“ ili nervira potencijalnog kupca?

preko inboksa ili dm potrošače?

Od 1994. godine, kada je pokrenuto internetsko bankarstvo i onlajn pica šop, preko osnivanja *Amazona* i prvog *eBay-a* do danas, pređen je veliki put pun visokih zahteva, očekivanja, prilagođavanja, tržišne trke, kriza i profita. Ni danas nije ništa drugačije – trči se i dalje i slušaju se korisnici i zahtevi današnjeg tržišta.

Internet važi za transparentno mesto, mesto koje svojim korisnicima nudi vidljive i brze informacije. Ukoliko se za određene stvari ipak „daleko od očiju javnosti“ moraju zatražiti informacije, utiče li to na poverenje? Zar se na takav način ne nerviraju korisnici i zar ne utiče to na vreme koje svi nekako danas imamo manje?

Stručnjaci iz *Ecommerce-a* kažu da trend „cena - inboks“ može da bude efikasna samo po pitanju praćenja interesovanja korisnika. Dakle, cilja se na ukupno početno interesovanje korisnika.

Algoritmi su danas toliko pametni da do perfekcije pamte ono šta tražimo na svom pretraživaču i na društvenim mrežama, pa nam to isto nude u reklamnim oblicima, ili na fidu (feed) i storijima (story). Bez obzira na kontradiktornost koju internet pruža u odnosu na aktuelni trend, a tiče se lakoće, brzine, jednostavnosti, transparentnosti, sve pada u vodu kada postoji način prodaje „cena - inboks“, koji po svim tumačenjima postiže rezultate.

Kako je to moguće?

Ljudi su bili različiti pre 500 godina, pre 50, a različiti su i danas. Prosto postoji grupa ljudi koja ima vremena i strpljenja da svoja pitanja šalje putem privatne poruke, čeka na odgovor i nastavi da se dopisuje. S druge strane, neke

će takav način odbiti jer će pomisliti na prevaru, na gubljenje vremena dok čeka odgovor, dok neko toliko dugo čeka na informaciju da prosto odustane od kupovine.

Kada su u pitanju oglasi za posao na društvenim mrežama, pitanja u inboks nerviraju gotovo isto kao kada je u pitanju onlajn kupovina, jer se često dešava da se na odgovor preko mesindžera čeka duže nego što je to potrebno.

Jedan od odgovora je i igranje sa psihologijom i sa onim algoritmom koji smo spomenuli pre nekoliko parusa. Psihologija ide na „pecanje“ korisnika („ograničena ponuda“, „dostupno još danas“, „najveći popust ikada“; u drugom slučaju navođenje benefita posla na način da ukoliko propustite priliku da se prijavite – tako nešto nećete naći), a algoritam se „tera“ na isticanje upravo te stranice koja ima najviše komentara i deljenja (šerova).

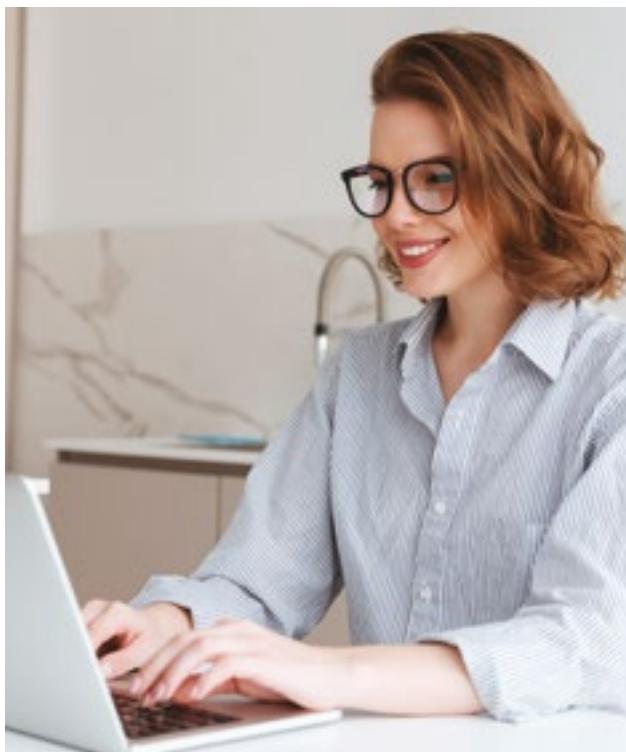
Predviđanja i procene

Godine 2018. predviđalo se da će u narednoj godini onlajn kupovina skočiti za čak 50 %. Rast pre krize bio je nešto što su gotovo svi mogli da prepostave da će se desiti, a danas u vreme krize analiziraju se oni koji su uspeli da opstanu upoređujući se sa potrebama svojih korisnika.

Osećaj je jednostavan: nastaviće se trenutni trend „cena u inboks“, iako stručnjaci predstavljaju jednostavnije rešenje od popularne prakse – napraviti svoj veb-šop (web shop), a društvene mreže koristiti za njegovu promociju, ne (uvek) za direktnu prodaju.

Rad od kuće:

Jednostavno-složeni procesi koje moramo razumeti



Zdravstveni stručnjaci i mediji ni za 2021. godinu ne predviđaju potpuni prekid mešanja virusa korona u naš život. Kako je svakodnevica splet neraskidivih veza zdravlja, porodice, društvenog života i finansija, pojedincu je veoma važno da reguliše svaku stavku ponaosob, pa i način na koji će doći do svoje zarade i kako će u budućnosti biti uređen poslovni život.

Ne samo u zemljama na Balkanu, već i u celom svetu, došlo je do enormne potražnje za radnicima od kuće.

Ukoliko pogledate oglase na društvenim mrežama za radna mesta u digitalnom marketingu, HR-u, prilikom potražnje za nastavnicima koji bi predavali strane jezike i za slična zanimanja, često ćete videti da piše: „Zbog pandemije koja je i dalje aktuelna, postoji mogućnost za rad od kuće“, ili „remote“.

Dakle, gde god je moguće.

Kako bi porodični život u vanrednim okolnostima funkcionisao u što boljem redu i kako bi roditelji bili prisutniji u životu svoje dece kada je naj-neophodnije, Nemačka je uvela *Pandemiebendigter Kinderkrankenschein* (pandemijska potvrda o dečjoj bolesti). S obzirom na specifičnu zdravstvenu situaciju u celom svetu, ovakav način tretiranja porodice zasigurno smanjuje stres za rad na svom radnom mestu i za rad od kuće, a uvećava poverenje u državu, poslodavca i veću fokusiranost na radni zadatak.

I u Velikoj Britaniji preporuke za poslodavce su glasile da rad svojih radnika organizuju tako da, ukoliko je moguće, rade od kuće, a tamo gde nije moguće odlučivaće se, pisalo je u njihovim medijima, shodno proceni rizika na Covid 19. U svojim redovima obuhvatili su i stavku u kojoj poslodavac mora da obezbedi sredstva za rad od kuće, što znači da bi radnik trebalo da ima makar kompanijski računar.

Kod njih je, recimo, Job Retention Scheme (šema/plan/strategija za zadržavanje prosla) produžen do kraja aprila 2021.

Sve zarad smanjenog stresa, kažu.

Prema podacima Američkog biroa za statistiku rada, od 2005. do 2015. godine broj zaposlenih koji rade na daljinu porastao je za 115%.

Da li to znači da su poslodavci prepoznali benefite rada od kuće?

Bez obzira na pohvalnu statistiku gotovo svuda u svetu, realno je zaključiti da je većina poslodavaca prihvatile „remote“ opciju. Ipak, ne bismo mogli da tvrdimo da je svuda tako, a zavisi upravo od prirode posla, jer teško je organizovati, recimo, tekstilnog radnika ili radnika u proizvodnji prehrambene industrije da radi od kuće.

Profesor ekonomije na Stanfordovoj filozofskoj školi Nikolas Blum, u junu 2020. godine govorio je o "ekonomiji rada od kuće". Još je tada naznačio da će ta stvarnost potrajati i nakon završetka pandemije, iako je svoje istraživanje započeo 2014. godine.

Kreatori politika se trude da razumeju taj proces rada.

Šta je u srži razumevanja?

Blum je tada rekao: „Rad od kuće nije samo ekonomski neophodan, on je kritično oružje u našoj borbi protiv Covid 19 i budućih pandemija.“ (Working from home is not only economically essential, it is a critical weapon in our fight against COVID-19 – and future pandemics, news. stanford.edu, 29.06.2020).

Iako u svom istraživanju Blum raspravlja i nudi sugestije za pretvaranja rada na daljinu u trajni deo radnog okruženja, taj način nije u potpunosti prihvaćen ni od strane radnika i poslodavaca, i ne sadrži stopostotne benefite.

U Srbiji su, recimo, od početka pandemije od kuće nastavili da rade programeri, dizajneri i drugi IT stručnjaci, a digitalne agencije, novinarska udruženja i druge organizacije prepoznale su rad od kuće kada je to bilo najneophodnije.

Bez obzira na sve, i dalje postoji sumnje u produktivnost i isplativost na duže staze, pa i u mogućnost da se u takvom okruženju obave svi poslovi i sastanci. Trebalo bi uzeti u obzir da nemaju svi uslove da rade od kuće, počevši od tehnike, preko dece i partnera/ke, ali ne zaboravimo i zdravstveni i socijalni segment koji i te kako narušava benefite ovakvog načina poslovanja.

Dakle, kada uzmemo kontekst u obzir, definitivno je rad od kuće često jedino bezbedno i moguće rešenje za sve slojeve čoveka kao homo sapiensa. Trajno rešenje? Priče su i dalje bez kraja.



Da li je **Zum (Zoom)** aplikacija pravi izbor za poslovne sastanke i prezentacije?

Globalna svetska pandemija još uvek nas uči kako da se organizujemo u takozvanoj novoj stvarnosti. Dok ceo svet pokušava da uskladi bezbednost, rad, porodicu, socijalnu interakciju sa merama kojih moramo da se pridržavamo kako bismo ostali zdravi, ali i kako bismo bili ljudi sa svim karakteristikama jednog čoveka, dok istovremeno držimo privredu aktivnom - učimo nove stvari: organizaciju vremena, prioriteta i komunikacije.

U preduzećima, onim većim, manjim, kao i u velikim kompanijama, isto je – komunikacija je bila ogroman problem. Kada je sve stalo niko nije mogao da se pomiri sa tim, pa su se tražila sva dostupna sredstva, i ona nova, kako bi komunikacija uspela da nastavi rad.

Komunikacija je uvek bila srž svega – početak i kraj privatnog i javnog života, budućnost umrežavanja, sarađivanja, ljubavi i prijateljstva, ambicija i ostvarenosti. To poslodavci nisu zaboravili, a potrudili su se da tako i ostane kada su u pitanju njihovi zaposleni.

Zašto je poslovna komunikacija važna?

U maju prošle godine javnosti je prikazano posebno istraživanje vodećeg svetskog komunikacijskog preduzeća „Edelman“ o poverenju za vreme virusa korona. To istraživanje je pokazalo da je komuniciranje poslodavaca najverodostojniji izvor informacija o samom virusu. Ovo se odnosilo na sve aktuelne informacije, kako o koroni, tako i o načinu na koji se zaposleni mogu zaštитiti prilikom rada, pa i o samom stanju u preduzeću.

O načinu na koji je najbolje komunicirati obaveštavali su interni komunikatori nadležni za komunikaciju sa zaposlenima, koji su u prvi plan morali da stave empatiju sa činjenicama, da jasno komuniciraju, da se prilagode, da se pripreme za nadne korake, da prate situaciju i drugo.

Stvarnost zaista ide dalje. Mi smo u njoj i moramo da nastavimo da komuniciramo i da ostvarujemo svoja prava, kao i da ispunjavamo svoje obaveze.

Kako danas komuniciraju poslodavci sa svojim zaposlenima?

Interna komunikacija je dalje i te kako bitna ukoliko ste se vratili na svoja radna mesta. Tu internu komunikaciju može da vrši jedan čovek, PR ili šef sektora u kom radite. Na primer, moguće je ostvarivati je sistemski, a moguće je realizovati je i putem internih medija (da li biltena, obaveštenja na oglasnim tablama i slično).

Ukoliko svoje radne zadatke obavljate od kuće, sigurno je da se navikavate na drugaćiju svakodnevnicu i na različitiji način ispunjavanja svojih radnih dužnosti. Sastanci su dobili onlajn formu i izvršavaju se preko različitih aplikacija i platformi, kao što su Skajp (Skype) ili Zum (Zoom).

Koje su prednosti jedne, a koje druge platforme?

Kada spomenemo Skajp, imamo osećaj da smo odrasli uz njega, da svoje privatne i poslovne obaveze prepustamo sigurnom aplikacionom sistemu koji je proveren i da će tako biti i u krizna vremena. Objektivno rečeno, konkurenčija u vidu ovog imena do sada je bila preterano jaka, pa za druge onlajn platforme nismo ni čuli, ili smo ih prevideli.

Kada su se poslovi prebacili u domove, Zum aplikacija je dobila svoju šansu. Iako postoji oko deset godina, sada su se prepoznali jednostavnost korišćenja i besplatna usluga. Pored toga, za korišćenje Zuma nije potrebno predznanje, a u toku sastanka ili prezentacije imate osećaj da ste svi fizički prisutni na istom mestu.

Pored toga što sadržaj može da se komentariše, značajno je to što razgovor može istovremeno da vodi više ljudi nego što je to moguće na Skajpu - do 100 osoba, ali i dalje postoje određeni sigurnosni propusti koji idu u korist izboru kada je Skajp u pitanju.

Bez obzira na to, Skajp se takođe koristi u poslovne svrhe, ali u manjem procentu, iako platforma podržava Skype Meet Now, u kom je moguće uključiti istovremeno do 50 osoba.

Kod obe aplikacije možete da delite datoteke i ekran.

Možemo, dakle, reći da je odluka na osobi – šefu – poslodavcu koju aplikaciju će koristiti.

Onlajn sastanci i poslovna putovanja - ima li nade?

Upravo zbog postojanja onlajn načina komunikacije koji se svakodnevno usavršavaju, evidentan je pad poslovnih putovanja, a za budućnost se predviđa drastično smanjivanje biznis putovanja i putovanja zarad rutinskih sastanaka u odnosu na takozvane iskustvene sastanke, koji će radnici doživljavati kao priliku da promene poslovnu rutinu.

Na kraju, a u vezi sa velikim kompanijama, većina je prihvatala rad od kuće kao normu, gde se povratak u kancelarije očekuje na oko dva dana nedeljno, što znači da će onlajn rad biti sve samo ne usputna forma.

NSGlass

**SVET STAKLA KOJI SE
PRILAGOĐAVA VAMA**

NSGlass

021 639 40 98

OFFICE@NSGLASS.RS

WWW.NSGLASS.RS

 NSGLASS.RS  NSGLASS

Kakvo je vreme u vašem preduzeću?



**KAKO DA ZNATE DA
LI JE ATMOSFERA
KOJA VLADA U VAŠEM
PREDUZEĆU ZDRAVA?**

**KAKO DA POBOLJŠATE
EFIKASNOST TAKO
ŠTO ĆETE UNAPREDITI
MEĐULJUDSKE
ODNOSE UNUTAR
ORGANIZACIJE?**

Tekst pred vama ima za cilj da vam pomogne da razumete šta je uzrok trenutnoj situaciji, a potom da otkrije neke od alata pomoću kojih možete uz malo truda da korigujete ono što smatrate nepoželjnim.

Prvo moram da vas pitam, da li ste znali da je jedna od najznačajnijih karakteristika uspešnih kompanija zapravo njihova kultura? Tako je, uspeh i trajnost preduzeća je u direktnoj vezi sa jačinom osećaja povezanosti i kohezije među zaposlenima.

Organizacijska kultura je skup vrednosti, normi i uverenja koje određuju kako će se ljudi unutar organizacije ponašati.

Kakva kultura vlada u vašem preduzeću određuje to da li je državno ili privatno vlasništvo, koliko ono dugo postoji, da li je malo, srednje ili veliko, da li prodaje proizvod ili uslugu, da li je stabilno ili ne, da li je orientisano na rast ili stabilnost i naravno, demografska struktura zaposlenih.

Na primer, sigurno ste nekada bili u žiji nesporazuma sa ljudima različite dobi, bračnog statusa, onih koji su zaduženi za proizvodnju i onih koji su recimo zaduženi za marketing. U nedostatku razumevanja i poštovanja razlika među njima, dolaziće do nesklada.

Tek kada to shvatimo možemo reći da smo na tragu uvida o kakvoj vrsti kulture je reč u konkretnoj organizaciji, a samim tim i kakva joj je perspektiva.

Zamislite ledeni breg na čijem vrhu se nalazi sve ono vidljivo golim okom: simboli, sloganji, ceremonije, način komunikacije, stil oblaćenja, a svim tim zapravo diriguje ono što je ispod površine, a to su zajedničke vrednosti, uverenja, stavovi, osećanja...

Hajde sad malo da zaronimo.

Dakle, postoje vidljivi i nevidljivi simboli organizacijske kulture.

Vidljivi su na primer slogan - kratke, atraktivne fraze ili rečenice koje jasno izražavaju ključne organizacijske vrednosti. Jedan od najboljih primera ste čuli sto puta do sada, a to je „Think different“ od Apple-a. Zahvaljujući identifikaciji ciljne grupe sa vizijom kompanije, Apple je napravio veliki uspeh. Potom logotip - grafički znak, ikona ili simbol čija je uloga prepoznavanje poduzeća ili organizacije, žargon, odeća, proslave...

Nevidljivi simboli su vrednosti, radni standardi, ideali i načela poнаšanja.

Šta mislite, koji tip kulture dominira u vašoj firmi: jaka, slaba, jasna, nejasna, kruta, prilagodljiva, paticipativna ili neparticipativna kultura?

Ako zaposleni od prepostavljenog često čuje rečenicu poput: „Zato što ja tako kažem“, sve su prilike da se nalazi u organizaciji u kojoj dominira neparticipativna odnosno podanička organizacijska kultura i da će njegov nivo učešća u odlučivanju biti minimalan, bez obzira na nedostatak valjanih argumenata s jedne i objektivnu stručnost s druge strane. To će najpre uticati na nivo motivacije, kreativnosti i inovativnosti zaposlenog, a potom će se odraziti na efikasnost preduzeća u celosti.

Izbor načina komunikacije jedne osobe utiče na odgovor njenog sa-govornika.

Sveukupno psiho-socijalno radno okruženje na poslu se naziva organizacijskom klimom. Ona se odnosi na mišljenja i uverenja koja zaposleni i/ili kolege dele u vezi sa svojim radnim okruženjem. Pokazatelji kakva je klima u jednoj firmi su: etika, poverenje, komunikacija, vođstvo, timski rad, lojalnost, nagrađivanje, prepoznavanje ili uvažavanje, način rešavanja sukoba i slično.

Organizacijska klima podrazumeva zajedničko gledište na različite aspekte radne situacije. To je sveukupna percepcija događaja u organizaciji.

U suštini, klima je unutrašnja atmosfera organizacije. Možete je osetiti čim zakoračite na prag svakog preduzeća. Da li je sunčano i toplo ili kišovito? Da li je mestimično oblačno ili još gore, grmi i seva bez prestanka...?

Koliko je osoblje uslužno? Da li su ljubazni i prijemčivi ili nervozni i rezervisani?

Primer zdrave klime u preduzeću se očitava u tome što su zaposleni posvećeni svojim zadacima i aktivno i konstantno doprinose, dok bi negativan primer bio frustrirani zaposleni koji se često žale.

Drugi pozitivan primer je kada se nesporazumima pristupa otvorenno, razrešavaju se i svi nastavljaju dalje, a negativan kada na površini postoji harmonija, ali je prikriven sukob, odnosno izbegavanje nesporazuma.

Mnogi vlasnici firmi i menadžeri imaju čvrst stav o cilju koji žele da postignu, ali nedostatak razumevanja percepcija, osećanja i stavova zaposlenih utiče na umanjenje najdragocenijeg kapitala, a to je socijalni kapital odnosno ljudstvo.

Organizacijska klima je moderator svih organizacijskih procesa. Zdrava klima je osnov uspešnog načina funkcionisanja. Važno je znati njene aspekte jer to povećava učinkovitost organizacije, odnosno omogućava optimalno korišćenje ljudskih resursa.

Kada uskladite misiju i viziju organizacije sa svojim delovanjem, lakše ćete ostvariti poslovne ciljeve.

Dakle, da biste povećali efikasnost i prosperitet treba da ostvarite klimu koja će odražavati vrednosti koje vaša organizacija zagovara. „Walk the talk“ princip sam od sebe u svakodnevnom poslovanju reflektuje ili preslikava vrednosti koje organizacija zastupa i privlači vašu ciljnu grupu. Setite se slogana kompanije Apple s početka.

Pre nego se obeshrabrite znajte da organizacijsku kulturu i organizacijsku klimu jeste teško promeniti, ali nije nemoguće. Promenu treba da uzmete u obzir pogotovo ako vaša organizacija ima izražene vrednosti koje se ne uklapaju u okolinu, ako je preduzeće malo a brzo raste, ako se industrija kojom se bavite vrtoglavu razvija, ako je preduzeće osrednje ili loše u delatnosti koju obavlja, ako se predviđa pripajanje drugoj organizaciji i tome slično.

Dakle, nije dovoljno samo da znate čemu težite nego i da napravite razliku između puta koji je najlakši i onog koji vas sigurno vodi tamo gde želite da stignete.

Sada kada je jasna važnost kvalitetnog kadra koji će podići vaše preduzeće na naredni nivo, treba da razmotrite da im ponudite nešto više od radnog prostora i plate. Put do kvalitetnog „employer branding“ je dug i trnovit, ali pravi razliku između malih i velikih. Nije neophodno adresirati svaki mogući aspekt organizacijske klime nego samo najvažnije i najosetljivije segmente kako bi se poslala poruka da organizacija brine o ljudima.

Razmislite, pažljivo osmotrite unutrašnjost svoje organizacije, identifikujte potencijalne slabe tačke bez obzira u kojoj ste ulozi i zapitajte se kako ja sutra mogu da doprinesem napretku. Želim vam toplo i sunčano vreme.

**Viola Nešković,
master sociolog i psihološki savetnik u treningu**

Zašto bi nas uopšte interesovala **veštačka inteligencija?**

U drugoj polovini dvadesetog veka naučnici računarstva težili su da naprave softver putem kojeg bi mašine mogle „pametno“ da obavljaju zadatke. Nešto je urađeno, nešto je na dobrom putu da se istraži i primeni, ali mnogo toga je i dalje složeno i nepoznato.



Ako biste ušli u komplikovaniju polemiku sa javnošću u vezi sa veštačkom inteligencijom, mogli biste da dođete do zaključka da je njen postojanje diskutabilno i da je namera zbog koje postoji makar, ako ne i samo – kontroverzna. Šta to može biti sporno u najnovijim zanimanjima novog milenijuma kojim uveliko „gazimo“ i zašto ne bismo bili srećni da postoji nešto što bi, recimo, moglo da nam olakša ili spasi život?

Ljudski mozak je misterija, ljudska inteligencija je takođe složen proces, pa samim tim potrebno je mnogo više od računarskih sistema, softvera i algoritama da se dosegne cilj.

Šta se nalazi iza?

Neki naučnici su inače skeptici po pitanju da se može uraditi više u domenu veštačke inteligencije. Moguć odgovor na pitanje zašto sledi.

Čovek, veruje se, koristi samo 10 % mozga. Iako je to vjerovanje uvreženo već dugi niz godina, naučnici su radili vredno i na tom polju, kako bi pokušali da proniknu u način ljudskog razmišljanja i rada mozga. Do sada, a urađen je veliki broj istraživanja, ni jedan segment moždane

mase nije označen kao beskoristan, ali svakako da postoje enigme u vezi sa nekim funkcijama.

Dakle, postoje dve strane: naučnici koji bi da „dešifruju“ način na koji radi mozak, i isto tako naučnici sa željom da stvore softvere koji bi takvim radnjama parirali na pametan način.

Veštačka inteligencija i radna snaga

Usavršavanjem tehnologije i njenim pojačanim kapacitetom uvećala se i mogućnost do koje veštačka inteligencija može da dopre. Recimo danas ovim segmentom se istazuju psihološki i fiziološki kapaciteti ljudskog uma, što automatski stvara složenije informatičke sisteme u procesu razotkrivanja mogućnosti veštačke inteligencije.

S obzirom na to, teorija je jednostavna: veštačka inteligencija je loša, jer će radnu snagu zameniti računari i roboti. Da li je to baš tako lako?

Predrasude i strahovi postoje.

Iako zvaničnici Srbije imaju diskurs u kome iskazuju da je „Srbija razumela da su digitalno obrazovanje i veštačka inteligencija put u budućnost“, ova tema i uvođenje 5G mreže ne prolaze još u potpunosti kod građana.

Pre globalne zdravstvene krize o veštačkoj inteligenciji u Nemačkoj gledalo se kao na veliku svotu novčanica koje do 2025. mogu da uvećaju BDP. Iako su neke agencije davaile takve i slične prognoze, tamo se i tada na to polje gledalo kao na nešto o čemu je oprez samo slabiji način na koji bi trebalo da se reaguje.

Kada je u pitanju automatizacija radne snage na nivou celog sveta, prema pisanjima stranih medija sa kraja prošle godine, postotak se kreće blizu jednakog rezultata za da i ne. Pozitivni komentari stižu sa azijskog kontinenta, gde je već mnogo toga urađeno u oblasti robotike, a Singapur sledi svoj cilj da postane prva „pametna nacija“ na svetu.

Piše, takođe, da mišljenje o veštačkoj inteligenciji zavisi i od pola, a pogotovo od obrazovanja.

Na stručnim skupovima posvećenim informacionim tehnologijama i biznisu pokreću se najrazličitija pitanja koja dotiču sve nivoe društva i važna su za svakog građanina ove planete podjedнако. Pre dve godine na jednom takvom skupu razgovaralo se o benefitima koje ovaj sistem pruža, a tiče se zdravstva. Kao primer uzeta je Češka.

(...) "Mi, recimo, u Češkoj imamo bolnice koje uz pomoć veštačke inteligencije za mnogo kraće vreme na radiološkim snimcima pacijenata detektuju anomalije. Verujem da ćemo za par godina imati zdravstvenu zaštitu kakvu nismo poznavali do sada", rekao je tada Dmytro Turchyn iz Microsoft AI Product Lead-a za CEE region.

Ne bežite - već vas je stiglo

Iako su još uvek retki slučajevi u kojima mašina otpočne i završi neki proces do kraja koji je do tada radio čovek, postoje stvari sa kojima smo svakodnevno u dodiru, tiču se veštačke inteligencije, a da se na to ni ne osvrnemo: knjigovodstvo, obračun putnih troškova i drugo.

Korisnici nekih portala, kao što je, recimo, „Amazon“ svakodnevno dođu u dodir sa nekim oblicima veštačke inteligencije, a uveliko se priča i o softverima koji pokušavaju automatski da predvide i da podstaknu naše kupovne želje.

Ovo su samo neke oblasti u kojima je veštačka inteligencija aktivna, a zasigurno će u budućnosti veliku ulogu odigrati i u zdravstvu.

Jedno je sigurno: ono o čemu se samo pričalo i šta je bilo samo škrabotina na hartiji, od slova na papiru postaje akcija sa reakcijom sa stavom.



Iz Hrvatske stiže aplikacija za praćenje sportskih rezultata?

Da, moguće je!



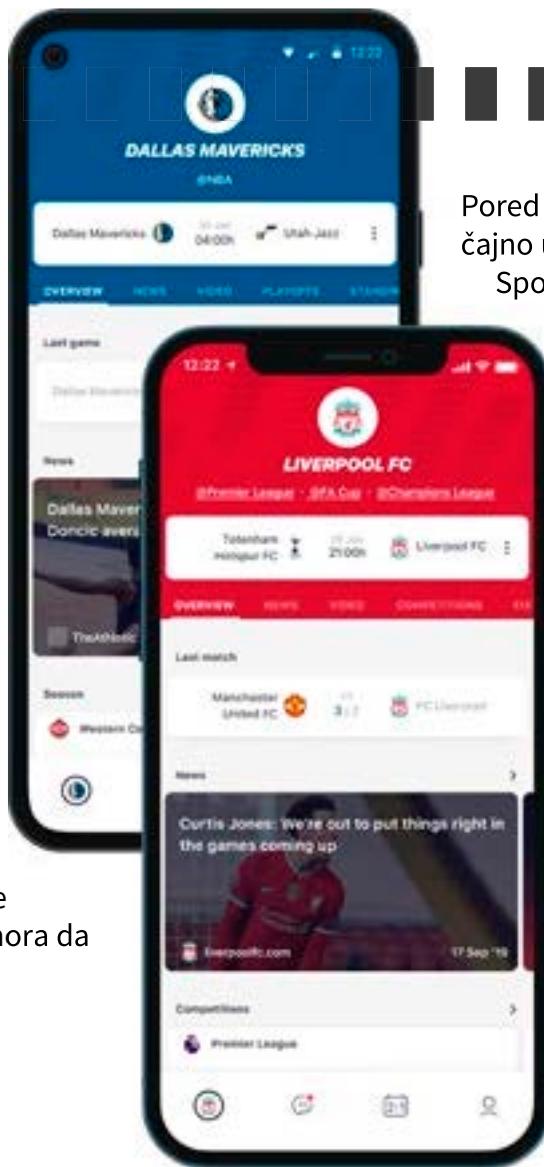
Tvrdnja da je čovek homo ludens – čovek koji se igra, nije mogla biti tačnija. Pored razuma, koji ga čini homo sapiensom, čovek u svojoj biti voli zabavu i ravnopravno učestvovanje u različitim igram. Igranje od pamтивека, kroz različite stadijume odrastanja i sazrevanja ličnosti, utiče na rast čoveka, na razvijanje motorike, logike i ostalih funkcija, dok neke vrste ponajviše utiču na fizičku aktivnost i razvijanje osećaja pripadnosti, priateljstva i fer-pleja.

Da, u pitanju je sport.

Od trčanja, fudbala, plivanja, lova, pa do ostalih aktivnosti koje su učinile da je čovek baš ono što danas jeste, ostala je osnova – čovek mora da bude aktivan i mora da se zabavlja.

Igra, ali samo radi igre – ili ne?

U jednoj od najvažnijih studija iz oblasti igre „Homo ludens“ (1938), autora Johana Hojzinga, upoređuju se reči koje označavaju igru u različitim jezicima - od sanskrita do jezika severnoameričkih Indijanaca. Hojzing je tada zaključio da je igru u većini tih jezika teže u potpunosti definisati, ali od toga se nije odustalo.



Pored definicije same igre, bilo je značajno utvrditi kako igra utiče na društvo.

Sport, generalno, u stanju je da pokrene celu naciju, izazove najrazličitija osećanja, pre svega osećanja pripadnosti, ponosa, razočaranja, tuge, osećaja nepravde.

Teoretičari su ranijih decenija naglašavali da igra postoji da bi bila „lepa i zabavna“, a današnje društvo joj je „nabacilo“ i ostale svrhe postojanja, koje smo naveli u pasusu pre.

Kada su u pitanju krizna vremena, recimo u poslednjih godinu dana, došli smo do toga da se utakmice najrazličitijih sportova događaju u realnom vremenu, ali bez fizičkog prisustva publike. Tribine su nekada bile dupke pune, nije se kontrolisalo ispoljavanje emocija i fizički kontakt, kladionice su radile maksimalno (nije preporučivano da se korisnik prebaci isključivo na onlajn), a danas svu svoju nadu, kada je u pitanju sportski svet, čini se ulažemo u kreativce i nauku.

Jedan od njih je iz Hrvatske i dosetio se da napravi aplikaciju za sportske navijače i timove.



Sportening

Kako aplikacija radi?

Ivan Klarić iz Hrvatske osnivač je startapa „Superology“, a kreirao je aplikaciju za praćenje sportskih rezultata „ScoreAlarm“.

Reč je o aplikaciji „Sportening“ iza koje стоји istoimeni startap, namenjena je obožavaocima sporta i u nju je integrisana i platforma za dopisivanje. Aplikacija je dostupna na Google Play Store-u i AppStore-u.



- Navijači u „Sporteningu“ mogu kreirati četru grupe s prijateljima. Tamo ih čeka Peper, četbot koji prikuplja informacije o timu od drugih pratilaca i obožavalaca sporta - insajdera, a koji je sve vreme s njima u grupi - pričao je Klarić za medije. On je dodao da prilikom instalacije aplikacije korisnik bira svoj fudbalski klub ili tim iz NBA lige, onda se aplikacija potpuno personalizuje i prilagodi korisniku.

„Sportening“ pomaže navijačima da prate sve o svom klubu, cilj je da se napravi zajednica navijača na jednom mestu na relevantnoj platformi, a ovakve ideje stvaraju nove biznise sa unosnim ciframa i medijskom pokrivenošću. Recimo, Klarić je do sada prikupio 3,9 miliona evra kapitala, a pored kancelarije u Zagrebu, sledi otvaranje u Njujorku i u Amsterdamu.

Budućnost novih biznisa kroz startap model

Čovek kroz inovacije, ideje i startape pokazuje veliko interesovanje za realizaciju pomoći u zajednici. Kada kažemo „startap“, misli se na osnove za razvoj digitalne ekonomije i novih tehnologija, što direktno za sobom povlači nove poslovne mogućnosti.

U tom smislu važno je napomenuti da je Srbija 2019. godine, kao prva zemlja u regionu, postala deo „Global startap eko-sistem riporta“ (Global Startup Ecosystem Report), najsveobuhvatnije publikacije na temu stanja u globalnom startap eko-sistemu. Danas, dve godine nakon i u vreme globalne krize, startapi ne gube na svom značaju, štaviše nove ideje i novi startapi više su nego poželjni i tržište jedva čeka njihov plasman i afirmaciju.

Iako ideje ne fale, fali dovoljno relevantno-obrazovanog kadra, na čemu bi obrazovni sistem trebalo da poradi u budućnosti.

JOE
SSENTIF

**UVEK JE PRAVO
VREME ZA POZITIVNE PROMENE**

**JOE
FITNESS!**

WWW.JOEFITNESS.RS

JOEFITNESS.NS@GMAIL.COM

 JoeFitnessEms

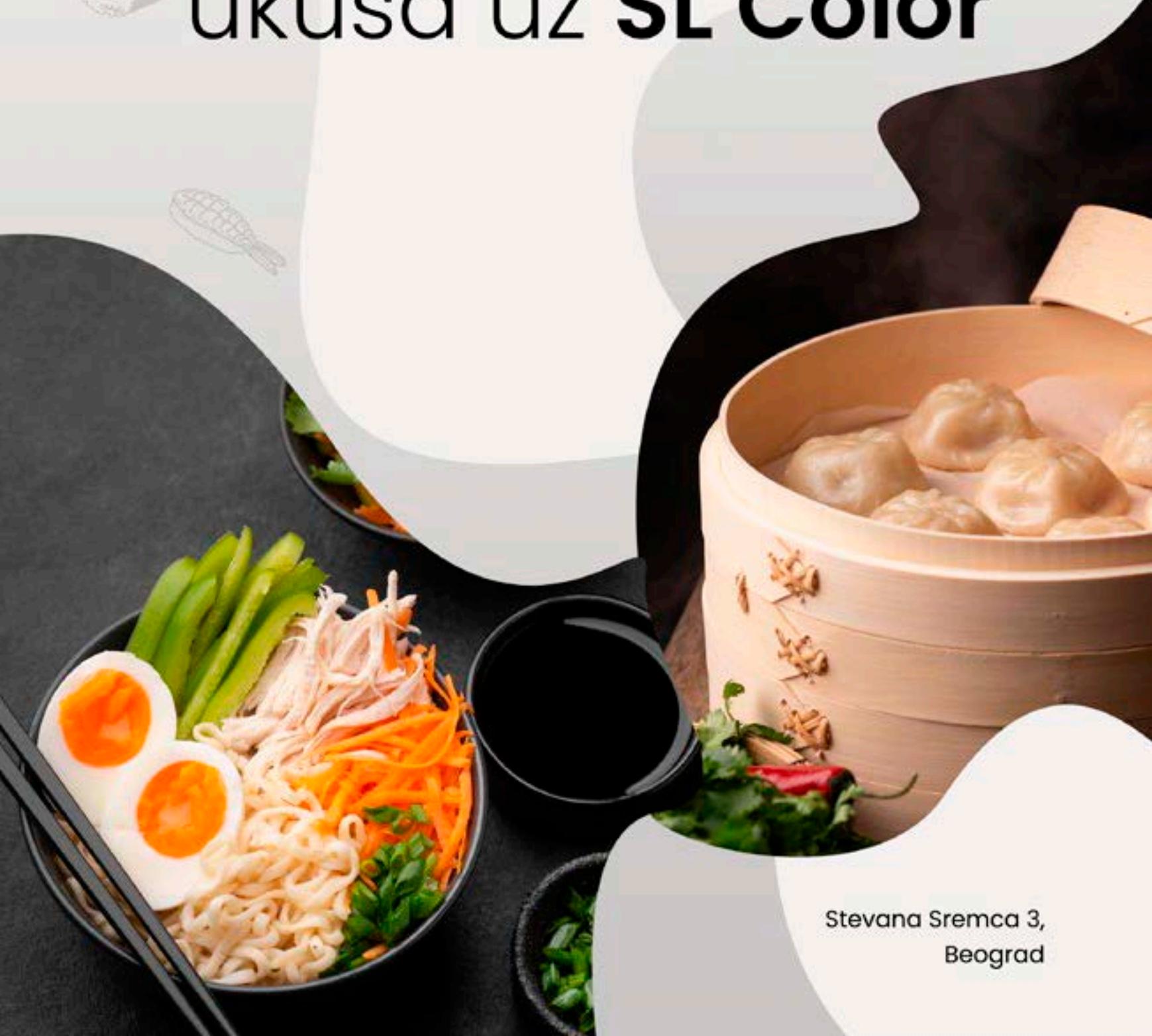
 joefitness_ns

 064 153 33 22



SL COLOR

Osetite **egzotiku**
ukusa uz **SL Color**



Stevana Sremca 3,
Beograd

Osmišljena aplikacija za merenje glumačkih sposobnosti kod ljudi!

Da li ste ikada poželeli da se bavite glumom? Često niste bili sigurni da li za to imate talenta i u kom postotku verodostojno predstavljate lik čije replike odlično znate? Još uvek niste našli nekoga iz okoline ko je dovoljno stručan da vam potvrdi ili negira talenat? Stiže dobara vest: „stručnjak“ postoji, samo ovaj put nije osoba već aplikacija i dolazi iz Novog Sada.

Da je grupa naučnika sa novosadskog Fakulteta tehničkih nauka osmisnila aplikaciju koja gotovo perfektno, tačnije 94 %, interpretira glumačke sposobnosti, odjeknula je među naučnicima, u zajednici i u medijima, a pogotovo među zaljubljenicima u glumu. Da li je 21. vek toliko „modernizovan“ da može da nam pruži mašinu koja detektuje glumački talenat?

Možda nije do veka, ali sigurno jeste do ljudi. Profesor doktor Dubravko Ćulibrk, vođa ovog projekta, zajedno sa svojim timom težio je da „uz pomoć tehnologija shvati ljudsko ponašanje“.

Kako aplikacija radi?

Sve je predstavljeno kao igrica.

Ideja je da se oceni koliko je neko verno odglumio dobro poznatu scenu ili repliku. Nakon izgovorene rečenice, aplikacija radi dalje na osnovu različitih ulaznih parametara koji se posmatraju i analiziraju, dok se istovremeno posmatraju i položaj tela, izraz lica i drugo. Nakon toga se dobijaju rezultati autentičnosti i daje se ocena.

o tome koliko i za koga je ovaj izum dobar, pričao je upravo Ćulibrk za naše medije. On je objasnio da će izum sigurno biti od značaja sadašnjim glumcima, baš zato što može da utiče na poboljšanje glume i na testiranje izvedbe, ali od koristi će biti i svima onima koji žele da se bave glumačkom profesijom.

S obzirom na to da postoji mogućnost analiziranja mimike i gestikulacije, od velikog značaja u budućnosti aplikacija može biti i za druge oblasti, jer će fokus na ljudske emocije trajati i u budućnosti, što kao ciljnu grupu zasigurno ostavlja mlade.

Aplikacija koja zamenjuje ljudе?

Kao i skoro svaka priča o novim tehnologijama koja je u direktnoj vezi sa ljudima, uvek se postavlja pitanje da li i u kojoj meri ta ista pametna „stvar“ može da zameni čoveka. Na tu temu govorio je profesor Ćulibrk, naglašavajući da treba da se zapitamo zašto bi čovek trebalo da se zameni:





„Čemu to“, rekao je on gostujući u našim medijima.

Ostaje nam da razmišljamo o tome i da se zapitamo zar sve pametne stvari nisu sjajne upravo zbog toga što mogu da nam olakšaju i skrate radni zadatak i radni dan...



Kako glumci vežbaju?

Gluma nije zanimanje o kome bi trebalo da se razmišlja na rutinski način, već kao sposobnost koja svoj talent nadograđuje radom, vežbanjem i doslednošću.

Do sada se to radilo stalnim uposlenjem, umrežavanjem i međusobnim pomaganjem, konstantnim učenjem, prepoznavanjem uspeha kada ga dostignete, ali i kontrolisanjem svog ega u smeru da bez obzira na taj uspeh znate da on nije konstanta.

Kada su u pitanju konkretnе vežbe, jedna od svetski poznatih svakako je Strazbergova metoda "šolja kafe", koja je interesantna zbog prebacivanja iz jedne realnosti u drugu, upravo zbog najpre prisećanja na emociju i njenog prizivanja ka svojoj svesti, a zatim njenog verodostojnog prikazivanja.

Još neke od „glumačkih caka“ su zagrevanje mišića lica kako bi facijalna ekspresija pri igranju uloge bila bolja i naravno, zagrevanje glasnih žica posebnim vežbama glasa.

Da podsetimo, startap „Reenact“ naučnika iz Novog Sada plasirao se među devet najboljih inovacija na takmičenju u Italiji, u konkurenciji od 100 startapova iz 14 zemalja.



Kako sa minimalnim troškovima do veće prisutnosti na veb tržištu?

Tokom vanrednog stanja prouzrokovanih pandemijom koronavirusa, koja nam još uvek uređuje živote, onlajn naručivanje počelo je sve više da dobija na značaju. Za to vreme, bez onlajn prodaje većina proizvođača bila bi u situaciji da obustavi svoj rad, jer su građani bili primorani da ostanu u svojim kućama. Neki restorani, fast fudovi, smanjili su svoju prodaju jer nisu bili vidljivi potrošačima.

Onlajn ponuda, dakle, povećava njihovu vidljivost i na taj način postaju dostupni većem broju ljudi. Sve više kupaca, kada su iz nekog razloga sprečeni da posete svoj omiljeni restoran, pekaru, cvećaru ili apoteku, imaju naviku da posegnu za svojim mobilnim telefonom ili računarom i da naruče putem veb aplikacije.

Zašto je onlajn dostava važna?

Od izuzetne je važnosti biti prisutan na internetu, a onlajn prodaja značajno povećava profit. Aplikacija *DostavaU* omogućava kupcima, ali i prodavcima da sa par klikova budu bliži jedni drugima.

Bez potrebe za izradom onlajn šopa, štedite novac i vreme. Kako biste istakli sajt vašeg restorana ili prodaj-

nog objekta dovoljno je da se prijavite na našem sajtu *DostavaU* i preuzmete aplikaciju koju smo kreirali za vas. Ukoliko imate restoran, fast fud, cvećaru ili apoteku, pravo je vreme da vaši proizvodi budu uvek dostupni. Po ceni minimalnog mesečnog održavanja, putem naše aplikacije vaš posao podići ćete na viši nivo.



Bez velikih ulaganja do rešenja

Nema gubljenja vremena na telefonske pozive, sve se rešava jednim klikom. Ukoliko vas mrzi da kuvate danas, samo izaberite šta želite da jedete, italijanska kuhinja, domaća kuvana jela, burger ili pica stižu na vašu kućnu adresu. Ako vam je apoteka daleko, a hitno vam

treba lek, mi imamo rešenje za vas. Naručite lekove putem naše aplikacije i kurirska služba vam ih donosi u rekordnom roku. Ranije ste morali da izdvojite vreme za pijacu, danas to nije slučaj, zahvaljujući aplikaciji na platformi *DostavaU.rs*.

Kako funkcioniše onlajn dostava?

Uz minimalna ulaganja i bez posebnog truda i tehničkog znanja možete da rukujete ovom aplikacijom. Prikaz sadržaja na sajtu *DostavaU* dostupan je putem svih uređaja, odnosno mobilnih telefona, tableta ili desktop računara. Celokupna ponuda na sajtu je optimizovana za pretraživače, što obezbeđuje bolju vidljivost na internetu i uvećanje potencijalnih kupaca.

Uz minimalnu fiksnu cenu, bez dodatnih troškova, bez procenata i provizije utičemo na uvećanje profita. Osim stalnih, uz našu aplikaciju dobijete i nove kupce i korisnike vaših usluga. Važnost prisutnosti na vebu je od presudnog značaja za rangiranje vašeg restorana, fast fud objekta ili cvećare. Prisutnost je jedna od glavnih prednosti onlajn biznisa.

Mi smo tu za vas. Vidimo se na *DostavaU.rs*.

Prednosti digitalnog marketinga

u promociji turističke ponude



Nije novina da se društvo okrenulo onlajn svetu i da se centar izveštavanja, oglašavanja, pa i komentarisanja određenih tema prelio sa ulica, pijaca, kafana i restorana na društvene mreže. Međutim, kako to konkretno izgleda na primeru jedne turističke organizacije, u ovom slučaju apatinske, pročitate u daljem tekstu.

Jedan od prvih koraka u zaokretu poslovne filozofije ove ustanove je bio zasnovan na unapređenjima u digitalnoj promociji. Kao prvi korak i baza na koju je postavljena cela strategija digitalne promocije je izdvojena izrada novog, modernog i atraktivnog veb-sajta. Sajt je u svojoj prvoj fazi bio jednojezičan, što se pokazalo ispravnim rešenjem, jer je i nekoliko meseci nakon zvanične objave

trajao unos uz dopune i korekcije sadržaja. Koliko god se trudili da pri zvaničnoj objavi imamo finalnu verziju onog što želimo da pokažemo uvek se vremenom i radom uočavaju greške, nelogičnosti u strukturi, a otvaraju se i nove ideje. Zbog toga je, kod ovakvih projekata koji to dozvoljavaju, neophodno ostaviti nešto vremena da se stvari „slegnu“ pre nego što se sadržaji prevedu na druge jezike, ili u konkretnom slučaju na engleski.

Pošto smo bazu, odnosno sajt postavili na svoje noge, uz pomoć spoljnih saradnika, angažovane stručne agencije, posvetili smo se pozicioniranju na pretraživačima, konkretno najbitnjem i najkorишćenijem – Guglu. U ovoj fazi se, pored niza aktivnosti sproveđenih od strane agencije, objavio i značajan broj blog tekstova na različite turističke teme.

Paralelno sa pozicioniranjem sajta za određene ključne reči, radilo se i na kreiranju naloga na društvenim mrežama sa fokusom na Fejsbuku, Instagramu i Jutjubu.

Sve navedene aktivnosti su već u prvim danima upotrebe dali značajne rezultate. Turistička organizacija Apatin, kao glavni organizator velike, tradicionalne manifestacije „Apatinske ribarske večeri“, pristupila je novom konceptu promovisanja ovakvih događaja. Desetine kilograma štampanog, masnog papira, koji se širom Vojvodine u vidu plakata lepio po gradovima i varošicama, zamenio je jedan mali digitalni poster, koji se promovisao putem sponzorisane objave na društvenim mrežama. Za nešto za čega je pored tih plakata bilo potrebno i neko-

liko radnika, vozilo, gorivo, četke, kante, lepilo, rajsnegle, selotejp i muka oko lokacija, sada je potrebno samo nekoliko desetina evra i kartica za internet plaćanje. Klikom kompjuterskim mišom mogli smo da odaberemo da li se obraćamo našim sugrađanima, komšijama Somborcima, građanima naše prestonice ili susedne Hrvatske. Takođe u skladu sa sadržajem programa manifestacije mogli smo da biramo da li će naše reklame da se prikazuju maloletnima, sredovečnima, starima, onima koji slušaju narodnu muziku ili nekom ko više voli alternativne pravce. Ova pojednostavljenost poslovnih aktivnosti je značajno uštedela troškove promocije i marketinga, a ujedno je povećala efikasnost koja se ogledala u povećanju broja poseta manifestaciji.

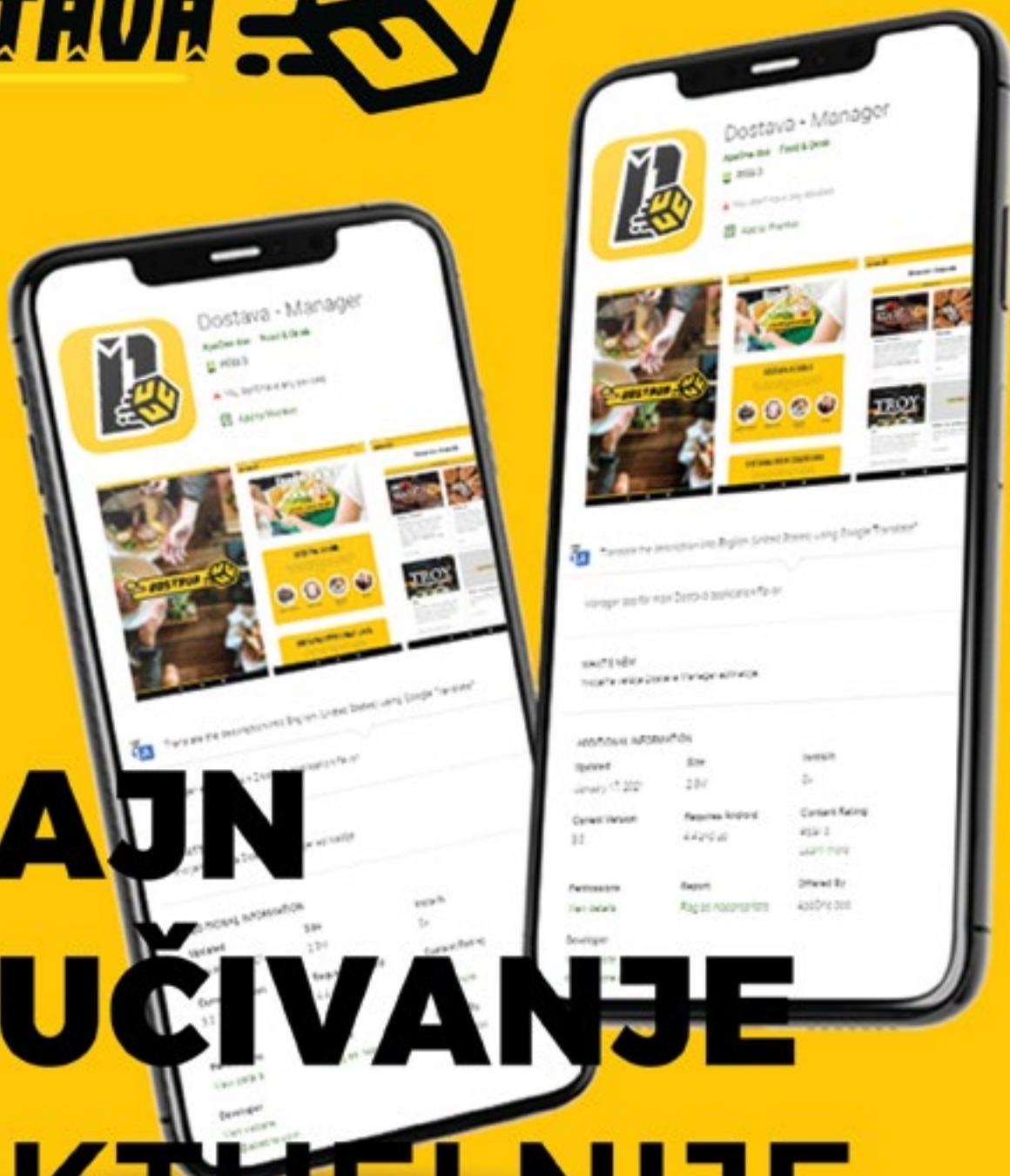
Od manifestacije do manifestacije, od događaja do događaja, baza pratileca društvenih mreža Turističke organizacije Apatin je rasla, a samim tim i uticaj objava. Nakon određenog perioda brojni vidovi promocije turističke ponude, lokaliteta, istorijskih i kulturnih vrednosti, najave događaja, tehničke informacije vezane za turizam, zakone i drugo, su bez problema dolazile do hiljada zainteresovanih pratileaca, bez ikakvih dodatnih plaćanja i sponzorisanja.

A photograph of a young couple looking at a map while traveling. The man on the left has a beard and is wearing sunglasses and a blue vest over a white t-shirt. The woman on the right is wearing a red cap and a striped top. They are both smiling and looking down at the map they are holding together.

Efikasnost onlajn promocije je naročito došla do izražaja početkom širenja koronavirusa i uvođenjem vanrednog stanja, odnosno policijskog časa. U tom periodu nismo stali sa promovisanjem naše ponude i atraktivnosti naše opštine, već smo naprotiv pojačali kampanju, računajući da su građani, zatvoreni u svojim domovima, više okrenuti internetu. Kada su mere postale nešto manje rigorozne i kada smo definitivno znali da će strani državljanji tokom letnje sezone u Srbiju dolaziti ili u simboličnom broju ili nikako, pribjavali smo se potpunog debakla. Međutim, ispravni marketinški pristup, uz osuđenost domaćeg tržišta na domaće destinacije, doveo je do podnošljivih rezultata i stanja turističkog prometa u znatno većoj meri od očekivanog.

Deljenjem ovakvog iskustva ne želimo da osporimo druge vidove turističke promocije. Ni sami se nećemo odreći tradicionalnih brošura, interesantnih mapa, u nekim slučajevima i bilborda, ali i dalje su pred svima nama neizvesna vremena, održavanje sajamskih događaja je pod velikim upitnikom, fluktuacija ljudi je smanjena, samim tim je očekivano i smanjenje vrednosti instrumenata promocije koji se odnose na kretanja ljudi. Onlajn, digitalni marketing je odavno neminovan, a naše je uverenje da će njegova uloga još drastičnije da raste s obzirom na globalne okolnosti.

Nemanja Jović, Turistička organizacija Apatin

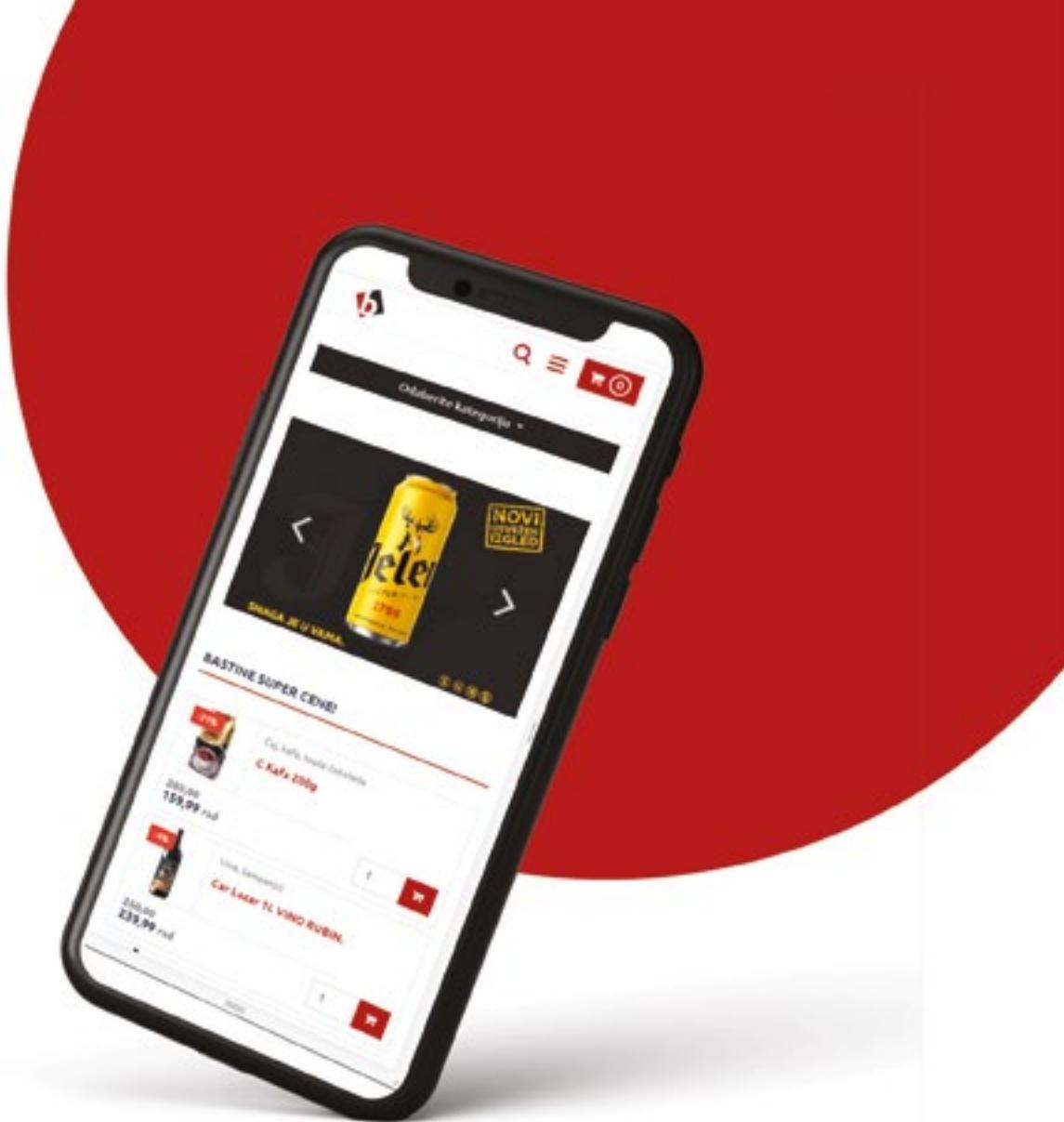


**ONLAJN
PORUČIVANJE
JE AKTUELNIJE
NEGO IKADA!**

Budite tamo gde su vaši kupci - registrujte se na DostavaU aplikaciji



bastapromet



CUGAZA DVA SATA

📞 021 641 15 49

✉️ office@bastapromet.rs

🌐 [bastapromet](#)

🌐 [bastaprometdiskonti](#)

www.bastapromet.rs
shop.bastapromet.rs

Održiva moda

Da li je modnoj industriji potrebna druga šansa?

Modna industrija je jedan od najprofitabilnijih biznisa koji je ikada nastao. U svom dugom veku trajanja konstantno je pružala inovativnosti koje su nekada bile okarakterisane epitetima "eksplicitno", „ispred svog vremena“, "avanguarda", a dizajneri, modna lica i druge javne ličnosti koje su upamćene i koje trenutno vladaju modnim tepihom, svrstaće se u najvažnije stranice modnog bukvara.

Kada je u pitanju ovaj tip biznisa, postoje dve vrlo jasne strane. Jedna je javnost koja pomno prati svaki modni korak, obraćanje, produkte i način komunikacije, reaguje na svaku kriznu situaciju, prisutna je na mrežama i pri deljenju relevantnih informacija i pri komentarisanju; materijalno je stabilna i kontaktno bogata toliko da može fizički da isprati mesta gde je „modna erupcija“, a kupovinom potvrđuje svoj status.

S druge strane postoje oni koji „implicitno“ prate modnu industriju – da li kupovinom modnih magazina, prateći revije preko televizijskih ekrana, kupovinom proizvoda onoliko koliko potrošački džep dopušta, pokazujući tako znanje o aktuelnostima, novitetima i modnim inputima.

Polovina te polovine je ona strana koja ne prati modu, kreacije im nisu interesantne i ne mogu to sebi da pruže, ali uvek negde uz kafu ili časkanje sa drugim ljudima čuju šta se dešava.

Dakle, o modi svako ponešto zna. Pitanje je samo koliko o modi razmišljamo kao o unosnom, zanimljivom i kreativnom poslu, koji utiče na živote i stvaralaca i publike.



Istorija mode

Da moda utiče na živote svih, i aktivnih i pasivnih konzumenata, dobro je pokazala istorija, upravo zato što ovaj biznis diktira popularne stilove u određenom vremenu, kulturi i prostoru. Nekad je taj modni trend vezan samo za određenu lokaciju, a često je na globalnom nivou i neretko dovodi do pokretanja vrlo važnih društvenih pitanja i dovodi do promena.

Šta je ono na šta aludira moda, a da nije samo (i površno) – biti najpopularnije obučen?

Pitanja predstavljanja žena i percepcije žena u modnoj industriji, položaj ženskih i muških manekena i modela, pozicija žena u modnoj industriji koje automatski može da vas podseti na vrlo važna pitanja i u filmskoj industriji širom sveta – pored ejdžizma, takođe položaj žena u filmskoj industriji.

Tu su, zatim, seksizam, religija, seksualnost, različiti slojevi feminizma, od onog "tradicionalnog", pa sve do „radikalnog“, komercijalizam, „kič i šund“ i slične teme. Međutim, nikako ne smemo da zaboravimo na možda najvažniju stvar koju pokreće modna industrija - održiva moda u doba konzumerizma.

Održiva moda, konzumerizam i društvena odgovornost



O održivoj modi se priča godinama unazad, a najviše u poslednjih godinu dana, od globalne pandemije, kada su različiti biznis modeli morali da redefinišu svoj put, što se desilo nekoliko puta u novijoj istoriji.

Naime, godine 2001. i 2008. dogodile su se ozbiljne svetske krize, koje su „prodramale“ različite industrije. Rastu korporativni dugovi, što je u javnom diskursu postavljeno kao manje važno za običnog čoveka, koji je svoj džep prilagodio različitim kupovinama sa jednog mesta – sa interneta.

Dakle, onlajn kupovina nije zaobišla ni jake modne brenlove, što je bilo očekivano, i u jednom momentu je bio presudan potez koji je prevagnuo u korist opstanka.

Kada je u pitanju održiva moda u svetu konzumerizma, u ovom globalnom selu u kome je dostupnost materijalnih stvari gotovo jednak značenju sreće, a mogućnost kupovine istih zastupljena u visokom postotku – merilo je naše svesti o svim proizvodima i uslugama koji su dostupni u 21. veku.

Zašto je to tako i koja su rešenja?

Modna industrija doprinosi stvaranju ugljen-dioksida i to tačno 8%. Ukoliko se tempo i intenzitet zagađenja nastavi, velika je verovatnoća da će ista industrija do 2025. godine emitovati 25 % ove štetne materije.

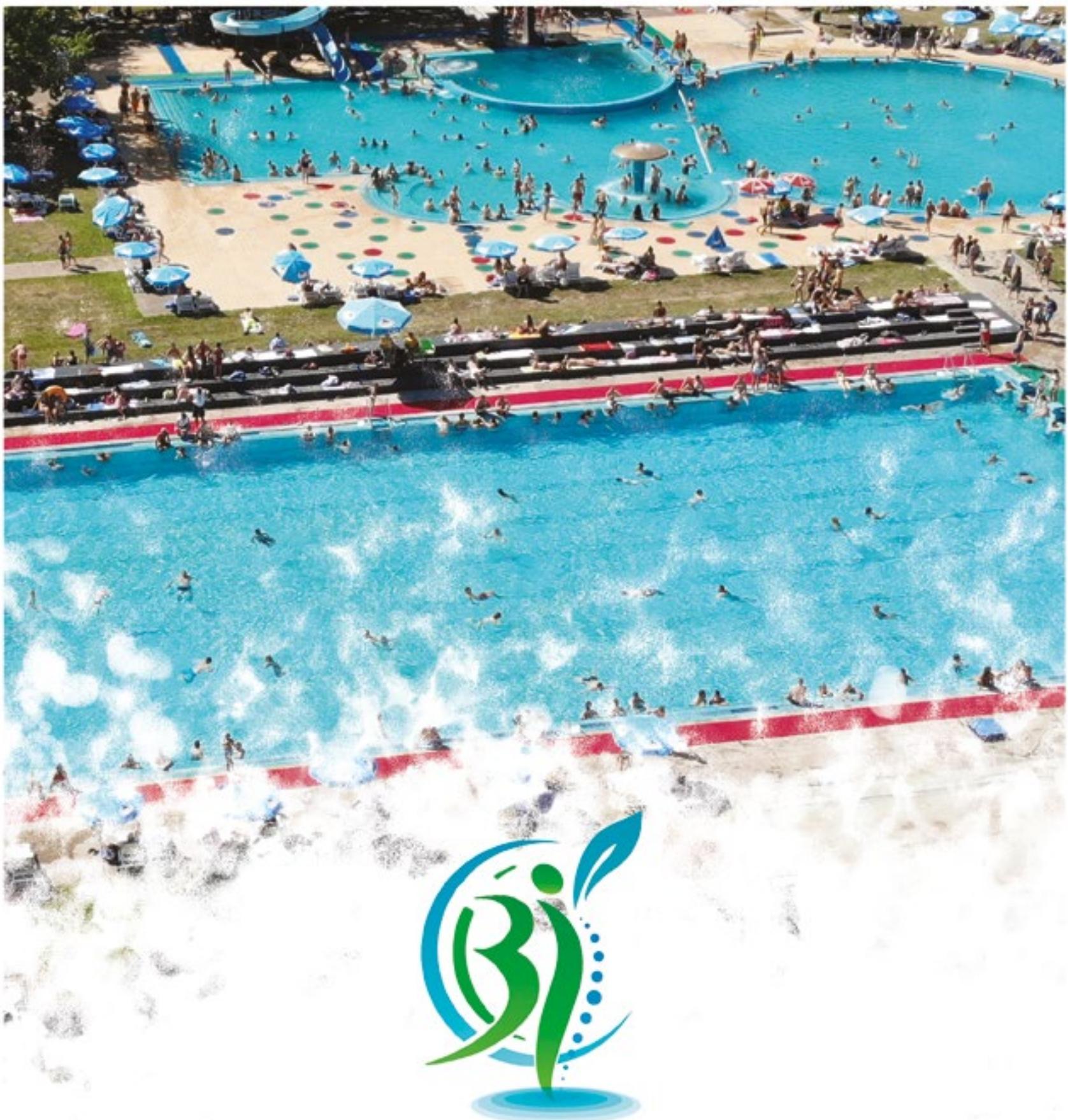
Ova industrija je na drugom mestu po korišćenju zemljišta, četvrtom po korišćenju vode, petom po emisiji gasova sa efektom staklene bašte i prvom po ispuštanju mikroplastike u vodene tokove.

Rešenje je jednostavno: dizajneri bi trebalo da stvaraju odeću koja je izrađena od prirodnih, recikliranih, ručno rađenih materijala.

Za sada jedino u Francuskoj postoje zakonski okviri ili predlozi koji se tiču održive mode i cirkularne ekonomije uopšte, jer je francuski parlament početkom 2020. godine usvojio zakon kojim se kompanijama zabranjuje da uništavaju i spaljuju neprodatu garderobu.

Sa druge strane postoji važno pitanje o platama zaposlenih u tekstilnoj industriji i uslovima na radnom mestu, što znači da je pokretanje svih ovih pitanja ključno za budućnost kako čoveka, tako i profesije.

Na kraju, zapitajte se da li je ovo sjajna šansa za proizvode ručnog rada (*handmade* proizvođači). Možda je ovo dan kada će vaš biznis konačno dobiti svoju formu.



BANJA JUNAKOVIĆ

Vaš deo Panonskog mora!



Otkrijte lepote
Rtnja u
etno hotelu
Rtanj Balašević

Nucleo

softver za unapređenje poslovanja



Uštedite vreme i sa lakoćom kreirajte fakture, otpremnice i predračune

Ne morate iznova i iznova unositi podatke o svojim partnerima u najrazličitija dokumenta koja su vam potrebna u svakodnevnom poslovanju. Dovoljno je da to uradite jednom. Nakon toga jednostavno izaberite pravno ili fizičko lice za koje vam je potreban dokument i izaberite vrstu dokumenta, „Nucleo” sve ostalo obavi umesto vas! I što je najvažnije, sva dokumenta ostaju zabeležena u vašoj bazi sistematizovana i vezana za ugovore na koje se odnose.

Pregledna evidencija uplate i sistema naplate potraživanja

Ovaj modul vam omogućava da po bilo kom jedinstvenom podatku klijenta pronađete ugovor i dobijete uvid u dospela i nedospela potraživanja, izvršene uplate, kao i uplate na čekanju. Takođe, možete izvršiti sinhronizaciju sa drugim sistemima, tako da na jednom mestu možete imati objedinjene informacije o uplatama i isplatama. Uz pomoć „Nuclea” u mogućnosti ste da uspostavite sistem opomena za neplaćene rate. Definišite rokove i automatski obavestite klijente ukoliko kasne sa uplatom, koji su dalji koraci i posledice ukoliko uplatu ne izvrše u predviđenom roku.

Udanašnjem poslovnom okruženju, koje je sve dinamičnije, od ključne važnosti je optimizacija svih poslova unutar preduzeća. U tome vam umnogome može pomoći „Nucleo“. „Nucleo“ je skup alata koji omogućava menadžmentu firme najkvalitetniju optimizaciju poslovanja i efikasnije deljenje zajedničkih resursa (informacija o klijentima) unutar jedne firme. „Nucleo“ omogućava usklađivanje poslovnih strategija, organizacione strukture i kulture preduzeća. „Nucleo“ vam nudi evidenciju klijenata, detaljne izveštaje, modularan pristup, dostupnost na svim uređajima, a pritom nema ulaganja u hardver.



N arhiva

Papirna poslovna dokumentacija u preduzećima konstantno raste i može predstavljati problem za svaku organizaciju, pa se savremeni način skladištenja dokumenata nameće kao rešenje.

Kako biste što efikasnije upravljali poslovnim prostorom, kao i celokupnim procesom rada, prepustite arhiviranje svoje poslovne dokumentacije profesionalcima.

„Nucleova“ N arhiva je rešenje za vas.

Ako ste kompanija koja posluje dugi niz godina, velike su šanse da veći deo vašeg poslovnog prostora zauzimaju registratori. Usluga fizičkog čuvanja dokumentacije oslobađa taj prostor i pravi više mesta za dokumentaciju koja je u aktivnoj upotrebi. Noćna mora nastaje kada je potrebno da se u prethodno spomenutim redovima kutija i registratora nešto pronađe. Fizičko čuvanje dokumentacije i dostavljanje po potrebi ovaj proces čini lakšim i vremenski efikasnijim. U kombinaciji sa „Nucleo“ softverom ovaj proces je značajno kraći.

Kao što je već navedeno, mnoga preduzeća poseduju veliku količinu raznovrsnih dokumenata koje po zakonu moraju čuvati i do 10 godina. Od velike važnosti je da se ovakvi dokumenti ne izgube, unište ili da im ne pristupe osobe koje za to nemaju dozvolu. Usluga fizičkog čuvanja dokumentacije obezbeđuje da vaši dokumenti budu na sigurnom mestu i u sigurnim rukama. Skladištenje se vrši korišćenjem namenskih kartonskih kutija

Modul za kadrovske evidencije

Jedinstveno rešenje koje pruža mogućnost za automatizaciju kadrovskih procesa i namenjeno je upravljanju ljudskim resursima firme. „Nucleo“ vam pomaže i u selekciji i regrutovanju kadrova. Uspostavite jedinstvenu bazu svih do sada prikupljenih biografija kandidata koji su konkursali za posao u vašoj firmi. Po potrebi, pretražite bazu po najrazličitijim kriterijumima koji su relevantni za vas.

Idealan za marketing i prodaju

Uz pomoć „Nuclea“ stičete detaljan uvid u ponašanje kupaca u vezi sa vašim posлом, ali i praćenje same prodaje. Praćenje ovih informacija omogućava vam precizno segmentiranje ciljane publike i prilagođavanje poruke i ponude kako biste zadovoljili potrebe različitih podsemenata vaše ukupne ciljne publike. CRM sistem takođe prati interakcije sa kupcem. Baza podataka prati svaku aktivnost prema klijentu, ali i njegovu reakciju.

najvišeg kvaliteta, kapaciteta pet standardnih registratora sa po 500 jedinica / listova.

U N arhivi taj proces izgleda jednostavno:

- Kurir dolazi na vašu adresu i donosi vam prazne namenske kutije i preuzima ih spakovane;
- preuzete kutije sa dokumentacijom se dostavljaju u N arhivu, koje se zatim unose u sistem, indeksiraju i odlaze na čuvanje na obeleženom, sigurnom mestu;
- u slučaju da vam neki od dokumenata zatreba, možete u svakom trenutku zatražiti da vam se elektronskim ili fizičkim putem pošalje na željenu adresu.

Uz „Nucleo“ module ćete olakšati, ali i unaprediti svoje poslovanje. Vreme je da počnete.



TURISTIČKA ORGANIZACIJA
OPŠTINE VRBAS

Doživi Vrbas na pravi način

021 300 81 10
info@turizamvrbas.com

TURIZAM.VRBAS turizamvrbas

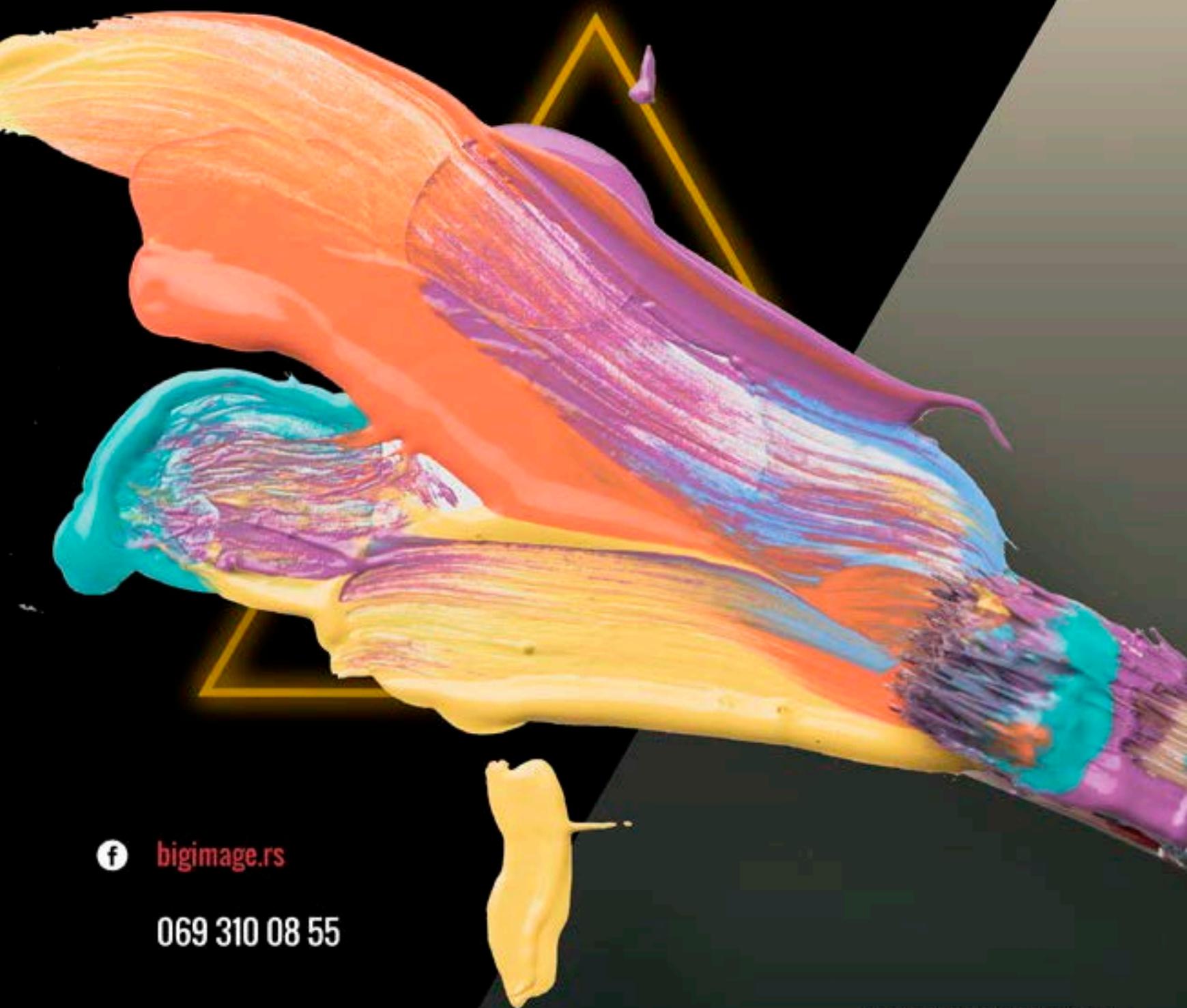
www.turizamvrbas.com

BIG IMAGE

DREAM THINK PRINT

IMAMO REŠENJE

Z A S V E V A Š E Z E L J E



 [bigimage.rs](https://www.facebook.com/bigimage.rs)

069 310 08 55

WWW.BIGIMAGE.RS

Uz Infobiz servis brže potencijalnih klijenata

Ukoliko želite da unapredite vaše poslovanje i da brže dođete do novih potencijalnih klijenata, *Infobiz* servis će vam pomoći u tome. Zahvaljujući svojoj obimnoj bazi kontakata, možete u bilo koje vreme i na bilo kom mestu pronaći informacije o željenoj firmi ili saznati najnovije informacije iz bisnis sveta. Predstavljamo vam *Infobiz* aplikaciju, koja je vrlo jednostavna i praktična za korišćenje.

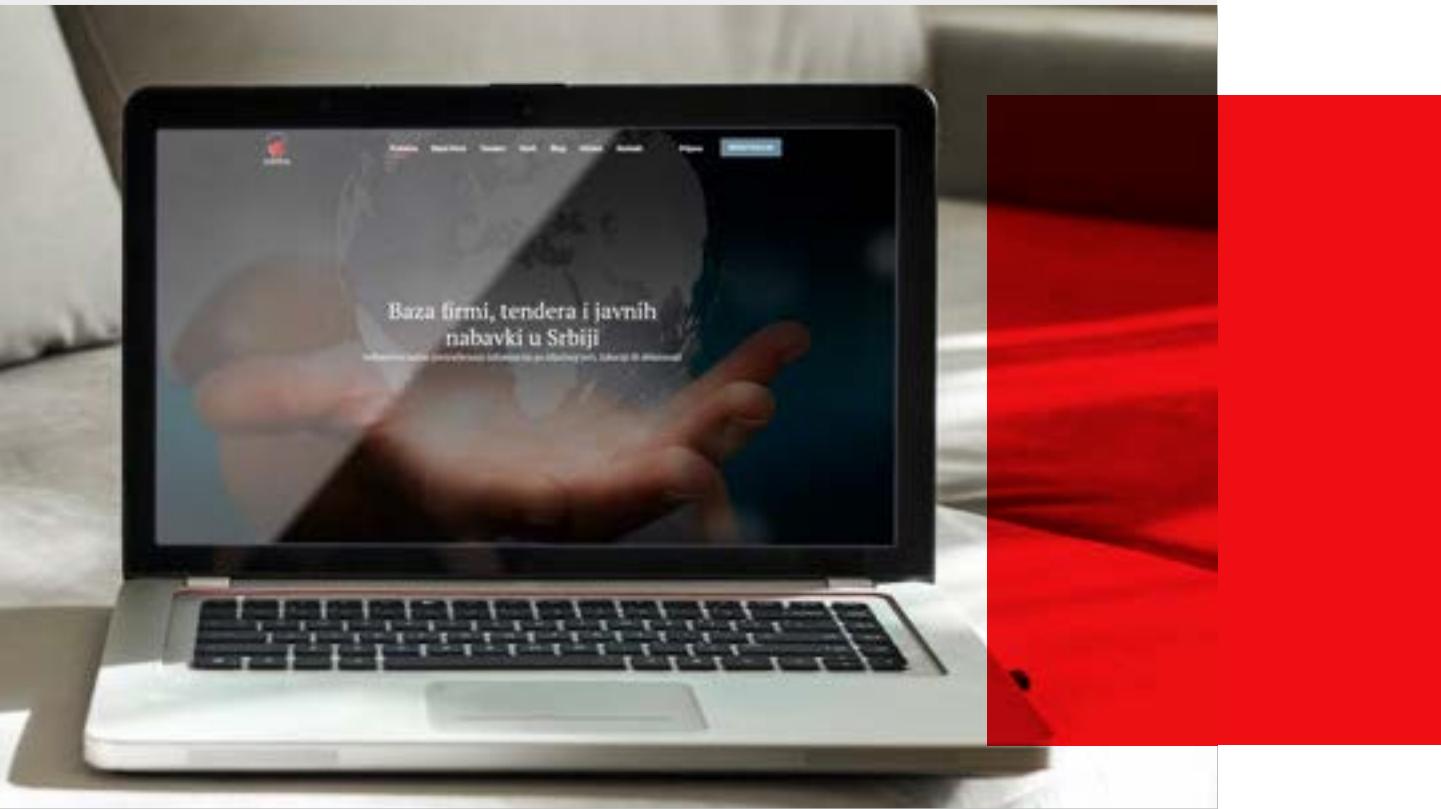


Zašto baš Infobiz servis?

U Infobiz bazi postoji više od 200.000 registrovanih firmi, organizacija i institucija. Sve potrebne informacije i podatke o firmama pronaći ćete na jednom mestu i što je najvažnije, na vrlo jednostavan način. Infobiz poseduje najveću bazu tendera i javnih nabavki u Srbiji. Svi tenderi su pažljivo sortirani po datumu postavljanja, a imate mogućnost praćenja svih aktivnih i neaktivnih tendera. Zahvaljujući Infobiz servisu pratićete konkurenциje više od 1.500 izvora u Srbiji. Samim oglašavanjem na Infobiz servisu, povećaće se vaša vidljivost i bolje rangiranje na Gugl pretrazi.



do novih poslova i



Kako aplikacija funkcioniše?

Pre samog korišćenja aplikacije potrebno je da se registrujete na *Infobiz* sajt i izaberete jedan od paketa koji postoje u ponudi. Instalirajte aplikaciju na svom android ili ajfon mobilnom telefonu ili tabletu. Nakon toga je potrebno da unesete vaše registrovane podatke sa sajta i vaše korisničko iskustvo može da počne. U aplikaciji možete da oglasite vašu firmu i redovno ažurirate vaše najnovije vesti, tendere i javne nabavke. Zahvaljujući *Infobiz* aplikaciji izdvojićete vašu firmu od konkurenциje i povećati vidljivost i prisutnost na tržištu.

Aplikacija nudi mogućnost praćenja sadržaja svih korisnika i pronalaženja njihovih podataka u svakom trenutku. Radi lakše orientacije moći ćete da dodate vaše omiljene firme, tendere, vesti i blog-postove u posebne kategorije.

Pomoću posebnih ključnih reči, lokacija i kategorija, moći ćete na brz i jednostavan način da dođete do podataka željene firme, što isto važi i za lakše pronalaženje vaše firme od strane ostalih korisnika *Infobiz* aplikacije. Na osnovu naziva firme unesene u pretraživač, vaša

firma će se automatski pojaviti među rezultatima pretraživanja. Stranke koje nisu upoznate sa vašom delatnošću, u pretraživač će unositi ključne reči aktivnosti i mesta delovanja za usluge koje su im potrebne.

B2B vam omogućava pregled i analizu registracionih i finansijskih informacija o pravnim licima, dostupnih 24 časa. Pristup određenim kategorijama na sajtu i aplikaciji ograničen je vrstom odabranog paketa. Paketi se razlikuju po načinu podešavanja naloga, sugestivne napredne pretrage, pregleda i praćenja kompanija, kreditne ocene, adresa i kontakta, računa i blokada, vlasničke strukture i slično.

Uz *Infobiz* servis i aplikaciju pronađite sve potrebne podatke o malim i velikim firmama u Srbiji, u nekoliko klikova i na jednom mestu. Ovakav jedinstveni način pretraživanja važnih informacija pomoći će vam da unapredite svoje poslovanje, uštedite vreme i napravite bolju strategiju usmerenu na povećanje prodaje i profita.



**TRADICIJA
KVALITETNE
ŠTAMPE PO
POVOLJNIM
CENAMA**

Agencija za digitalni marketing



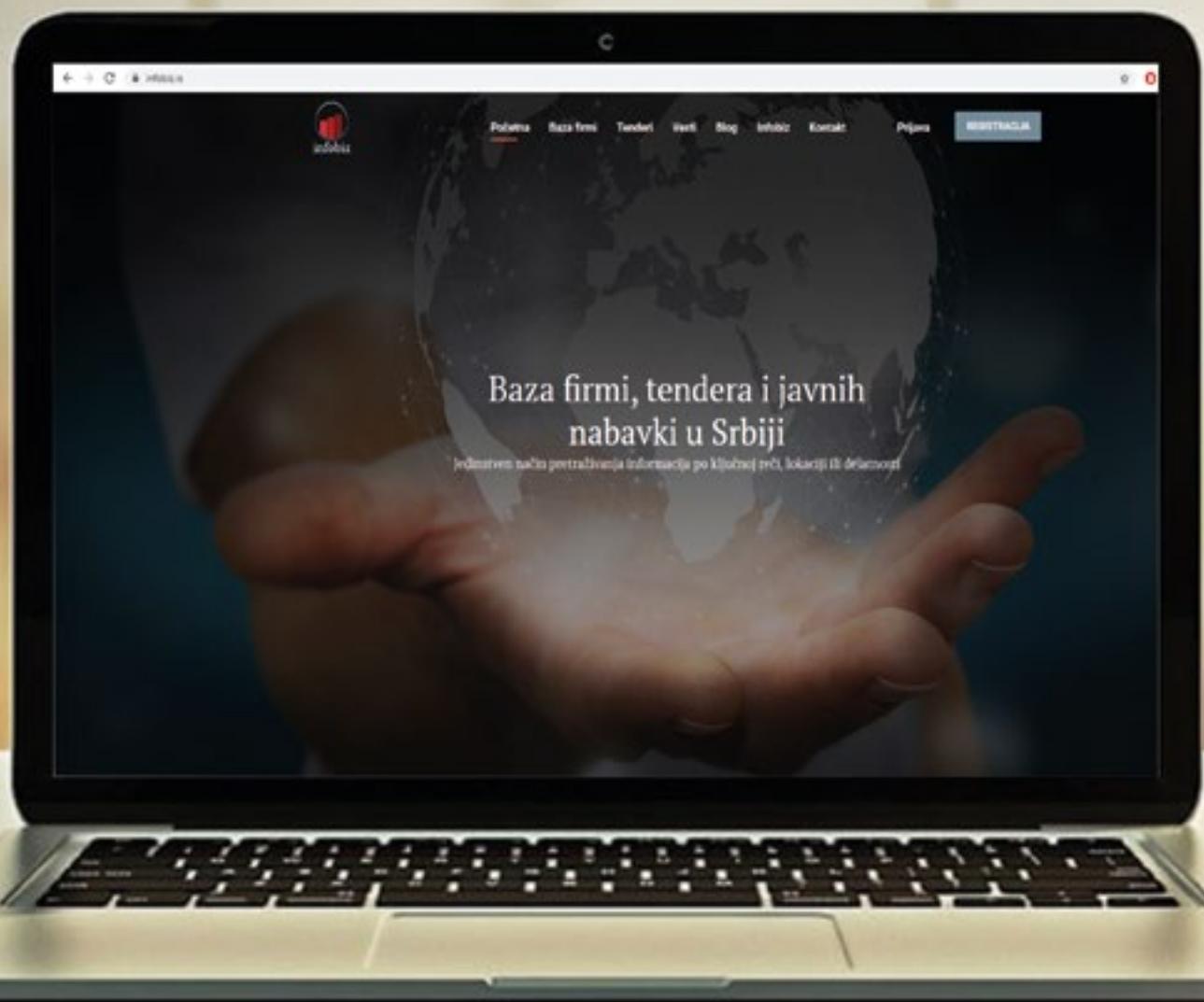
- [apaone.a1](https://www.instagram.com/apaone.a1/)
- [ApaOne.marketing](https://www.facebook.com/ApaOne.marketing)
- [ApaOne marketing agency](https://www.linkedin.com/company/apalone-marketing-agency/)
- +381 62 249 995
- info@apaone.com
- www.apaone.com





Jedinstvena baza

firmi, tendera i javnih nabavki u Srbiji!



Brzo i lako do novih poslova i klijenata!

www.infobiz.rs